

IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

In re Patent Application of:

Mihoko KAWAHARA, et al.

Application No.:

Group Art Unit:

Filed: September 28, 2001

Examiner:



For: PORTABLE TERMINAL DEVICE FOR PROVIDING AND OBTAINING
ADVERTISEMENT INFORMATION, ADVERTISEMENT PROVIDING METHOD,
ADVERTISEMENT OBTAINING METHOD, ADVERTISEMENT DISTRIBUTING
METHOD AND PROGRAM THEREFOR

**SUBMISSION OF CERTIFIED COPY OF PRIOR FOREIGN
APPLICATION IN ACCORDANCE WITH THE REQUIREMENTS OF 37 C.F.R. § 1.55**

Assistant Commissioner for Patents
Washington, D.C. 20231

Sir:

In accordance with the provisions of 37 C.F.R. § 1.55, the applicant(s) submit(s) herewith
a certified copy of the following foreign application:

Japanese Patent Application No. 2001-168512

Filed: June 4, 2001

It is respectfully requested that the applicant(s) be given the benefit of the foreign filing
date(s) as evidenced by the certified papers attached hereto, in accordance with the
requirements of 35 U.S.C. § 119.

Respectfully submitted,

STAAS & HALSEY LLP

Date: September 28, 2001

By: _____

James D. Halsey, Jr.
Registration No. 22,729

700 11th Street, N.W., Ste. 500
Washington, D.C. 20001
(202) 434-1500



PATANT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT

This is to certify that the annexed is a true copy of the
following application as filed with this Office.

Date of Application: June 4, 2001

Application Number: Patent Application
No. 2001-168512

Applicant(s): FUJITSU LIMITED

August 10, 2001

Commissioner,
Patent Office Kozo OIKAWA

Certificate No. 2001-3072229

日 本 国 特 許 庁
JAPAN PATENT OFFICE



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

出 願 年 月 日

Date of Application:

2001年 6月 4日

出 願 番 号

Application Number:

特願2001-168512

出 願 人

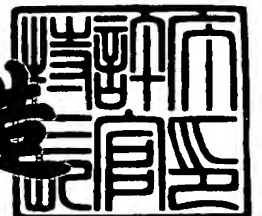
Applicant(s):

富士通株式会社

2001年 8月10日

特 許 庁 長 官
Commissioner,
Japan Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3072229

【書類名】 特許願

【整理番号】 0150318

【提出日】 平成13年 6月 4日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 H04L 29/00

【発明の名称】 携帯端末装置、広告提供方法、広告取得方法、広告配信方法及びそのプログラム

【請求項の数】 10

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県横浜市港北区新横浜二丁目15番16 株式会社富士通ハイパーソフトテクノロジー内

【氏名】 川原 美保子

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県横浜市港北区新横浜二丁目15番16 株式会社富士通ハイパーソフトテクノロジー内

【氏名】 木村 雅也

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県横浜市港北区新横浜二丁目15番16 株式会社富士通ハイパーソフトテクノロジー内

【氏名】 森 正明

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県横浜市港北区新横浜二丁目15番16 株式会社富士通ハイパーソフトテクノロジー内

【氏名】 林 克己

【特許出願人】

【識別番号】 000005223

【氏名又は名称】 富士通株式会社

【代理人】

【識別番号】 100074099

【住所又は居所】 東京都千代田区二番町 8 番地 2 0 二番町ビル 3 F

【弁理士】

【氏名又は名称】 大菅 義之

【電話番号】 03-3238-0031

【選任した代理人】

【識別番号】 100067987

【住所又は居所】 神奈川県横浜市鶴見区北寺尾 7 - 2 5 - 2 8 - 5 0 3

【弁理士】

【氏名又は名称】 久木元 彰

【電話番号】 045-573-3683

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 012542

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9705047

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 携帯端末装置、広告提供方法、広告取得方法、広告配信方法及びそのプログラム

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を携帯端末装置に記憶し、

広告情報の送信要求を受信したとき、記憶してある広告情報を無線信号により送信することを特徴とする広告提供方法。

【請求項 2】 無線信号送受信手段と、

広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を記憶する記憶手段と、

広告情報の送信要求を受信したとき、前記記憶手段に記憶してある広告情報を前記無線信号送受信手段から送信させる制御手段とを備える携帯端末装置。

【請求項 3】 広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を携帯端末装置に記憶させる機能と、

広告情報の送信要求を受信したとき、記憶してある広告情報を無線信号により送信させる機能とを実現するコンピュータ実行可能なプログラム。

【請求項 4】 広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に対して広告情報の送信を要求し、

前記広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる前記広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を受信し、受信した広告情報を表示させることを特徴とする広告取得方法。

【請求項 5】 無線信号送受信手段と、

広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に対して広告情報の送信を要求する広告要求手段と、

前記広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる前記広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を前記無線信号送受信手段により受信させ、受信した広告情報を表示させる制御手段とを備えることを特徴とする携帯端末装置。

【請求項 6】 広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に対して広告情報の送信を要求させる機能と、

前記広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる前記広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を受信させ、受信した広告情報を表示させる機能とを実現するコンピュータ実行可能なプログラム。

【請求項 7】 複数の広告情報を記憶し、

広告媒体者のユーザ登録を受け付け、

前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告情報を配信し、

前記広告媒体者携帯端末装置から消費者携帯端末装置に送信された広告情報に基づいて広告の閲覧要求があったとき、該当する広告を検索して前記消費者携帯端末装置に配信することを特徴とする広告配信方法。

【請求項 8】 複数の広告情報を記憶させる機能と、

広告媒体者のユーザ登録を受け付ける機能と、

前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告情報を配信させる機能と、

前記広告媒体者携帯端末装置から消費者携帯端末装置に送信された広告情報に基づいて広告の閲覧要求があったとき、該当する広告を検索して前記消費者携帯端末装置に配信する機能とを実現するコンピュータ実行可能なプログラム。

【請求項 9】 複数の広告情報を記憶し、

広告媒体者から要求された商品の広告情報を広告媒体者の携帯端末装置に配信し、

広告媒体者の携帯端末装置から消費者の携帯端末装置に送信された広告情報を契機として該広告情報を受信した消費者が広告を閲覧または商品を購入したとき、前記広告情報を提供した広告媒体者に広告報酬を与えることを特徴とする広告配信方法。

【請求項 10】 複数の広告情報を記憶し、

広告媒体者のユーザ登録を受け付け、

前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告

情報を配信し、

前記広告媒体者携帯端末装置と消費者携帯端末装置間で広告情報の送信を要求する機能または広告情報の送信機能を実現するプログラムを、前記広告媒体者携帯端末装置または消費者携帯端末装置に配信することを特徴とする広告配信方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、広告情報の提供機能を有する携帯端末装置、広告情報の取得機能を有する携帯端末装置、広告提供方法、広告取得方法、広告配信方法、それぞれのプログラム及びプログラムを記録した記録媒体に関する。

【0002】

【従来の技術】

従来、商品を消費者に販売する場として、店頭でのウィンドウショッピングやカタログでの通信販売、インターネット上のEC（電子商取引）サイト等が存在する。また商品を広告する手段としては、テレビやラジオ、新聞、雑誌といった情報媒体上での広告、チラシなどの媒体による広告、街頭での宣伝、インターネットのホームページ上のバナー広告といったものがあげられる。

【0003】

現在、携帯電話等の普及により多くの人が携帯端末を持ち歩くようになった。ここでは携帯端末とは携帯可能な電話機および情報機器端末等を指す。それに加えてBluetoothなどのwireless network技術が発達し、携帯端末同士での直接の情報のやり取りが可能になってきた。ここでwireless networkとは、携帯端末向けの無線通信技術を利用して音声やデータを送受するネットワークである。現在利用されている無線通信技術は携帯電話で用いられる無線通信技術に加えて、携帯情報機器向けのBluetoothやIrDA、HomeRFなどが代表的である。

【0004】

携帯電話等の携帯端末を用いた広告配信システムにおける従来の技術として、特願平11-70075の広告管理センターから携帯端末に広告データを配信し

て広告を表示する携帯電話を用いた広告配信システムや、特願平 1 0 - 3 0 1 4 2 6 の携帯電話機と情報サービスサーバとの間で、文字情報で利用者のリクエストに対する情報配信を行う情報配信サービスシステムが提案されている。また、特願平 7 - 3 5 1 5 2 に、全国共通の広告情報と地域の広告情報の何れかを利用者に配信・表示する情報表示方法および装置が提案されている。

【 0 0 0 5 】

従来の広告配信は、いずれも広告管理サーバなどの広告配信サーバから配信された広告を携帯端末上で閲覧するものである。

【 0 0 0 6 】

【発明が解決しようとする課題】

消費者が街角で偶然に見かけた人の身につけている服、雑貨等と同じ商品を購入したいと思った場合、その商品を探す方法としては以下の方法がある。

- (1) 所望の商品を身につけている人に直接購入場所等の情報を尋ねる。
- (2) その場で友人にたずねる。もしくはその映像を撮影し、知っていそうな人に見せてたずねる。
- (3) あとでウィンドウショッピングをして探す。
- (4) あとで雑誌等の媒体やインターネットを使って所望の商品についての情報を検索する。

【 0 0 0 7 】

消費者が所望の商品を探す場合、(1) の方法は最も効率的ではあるが、面識のない人に突然直接尋ねることは多くの消費者には困難である。(2) ~ (4) の方法を用いても、その商品の販売者や入手場所などの購入の手がかりとなる情報はわからないことが多い。消費者がそういった手がかりなしでその商品と同じものを購入するには、多くの店舗またはカタログ、サイトなどを探索して商品を探さねばならず時間がかかるばかりでなく、目的のものを探し出せない可能性が高い。また時間の経過に伴い、消費者の印象は薄れていくので、さらに探し出すのが困難になる。

【 0 0 0 8 】

一方、販売者にとっても、従来の一般的な広告手法だけでは上記のような消費

者の要求に即時に応えることができず、消費者の購買意欲があるにも係わらずその商品の販売の機会を逃している。

【 0 0 0 9 】

本発明の課題は、他人が身につけまたは所持している商品の広告情報をその場で入手できるようにすることである。

【 0 0 1 0 】

【課題を解決するための手段】

本発明に係る広告提供方法は、広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を携帯端末装置に記憶し、広告情報の送信要求を受信したとき、記憶してある広告情報を無線信号により送信する。

【 0 0 1 1 】

この発明によれば、消費者は、街の中で見かけた人が身につけている商品、あるいは所持している商品の広告情報を直ちに入手することができる。商品を販売する側から見ると、商品に興味を持った消費者に対して広告情報を即時に提供できるので、高い広告効果が見込める。

【 0 0 1 2 】

図 1 は、本発明に係る携帯端末装置の説明図である。本発明の 1 つの態様の携帯端末装置は、無線信号送受信手段 1 と、広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を記憶する記憶手段 2 と、広告情報の送信要求を受信したとき、前記記憶手段 2 に記憶してある広告情報を前記無線信号送受信手段 1 から送信させる制御手段 3 とを備える。

【 0 0 1 3 】

本発明に係る携帯端末装置 4 を用いた広告媒体者と消費者間の広告の配信の一例を、図 2 を参照して説明する。

広告媒体者 B が所持する携帯端末装置には、例えば、広告媒体者が身につけまたは所持している商品 C の広告情報（例えば、商品の広告情報が提供されるウェブサイトを指定する情報）が記憶されている。街の中などで広告広告媒体者 B を見かけた消費者 A が広告配信要求を行うと、広告媒体者 B の携帯端末装置に記憶されている広告情報が送信される。消費者 A の携帯端末装置は、受信した広告情

報に基づいて、ネットワークに接続された広告配信装置に対して別途、広告の閲覧を要求する。

【 0 0 1 4 】

本発明によれば、消費者は、街の中で見かけた人が身につけている商品、あるいは所持している商品の広告情報を直ちに入手することができる。商品を販売する側から見ると、商品に興味を持った消費者に対して広告情報を即時に提供できるので高い広告効果が見込める。

【 0 0 1 5 】

さらに、従来、消費者が興味を持ってもその商品をどこで販売しているか分からないために販売機会を失うことを防止できる。

上記の広告提供方法において、商品の広告情報が提供されるネットワーク上の位置を指定する情報を送信させるようにしても良い。

【 0 0 1 6 】

上記の広告提供方法に係る発明において、広告媒体者の携帯端末装置から送信された情報を契機として該情報を受信した消費者が広告を閲覧または商品を購入したとき、前記情報を提供した広告媒体者に広告報酬が付与されるようにしても良い。

【 0 0 1 7 】

このように構成することで、消費者は自分が広告媒体者として広告情報を配信することで報酬を獲得することができる。また、広告報酬が得られることにより広告媒体者として登録する人数が増えることが期待できるので、さらに広告効果を高めることができる。

【 0 0 1 8 】

なお、広告媒体者の携帯端末装置の記憶手段には、上記のように広告情報が提供されるウェブサイト等を指定する広告指定情報（URL等）を記憶させる他に、商品の種類、色、価格等、商品を購入する際に必要となる情報を記憶させ、消費者が広告媒体者の携帯端末装置から直接その広告情報を入手できるようにしても良い。

【 0 0 1 9 】

本発明に係る広告取得方法は、広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に対して広告情報の送信を要求し、前記広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる前記広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を受信し、受信した広告情報を表示させる。

【0020】

この発明によれば、消費者が街の中などで興味のある商品を身につけている人を見かけた場合に、広告情報の送信を要求することで、その場で所望の商品の広告情報を入手することができるので、雑誌、インターネット等でわざわざ広告情報を探す必要がなくなる。

【0021】

上記の発明において、対象となる広告媒体者が無線信号が受信可能な範囲にいる状態で広告の送信要求を複数回行ったときに、広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる広告媒体者のユーザ指定情報を複数回受信し、受信したユーザ指定情報により広告媒体者を絞り込むようにしても良い。

【0022】

このように構成することで、対象となる広告媒体者の近くで、広告媒体者のユーザ指定情報を複数回受信することで広告媒体者を絞り込むことができる。これにより消費者が興味のある商品を身につけまたは所持している広告媒体者を特定し、目的とする商品の広告情報を確実に入手することができる。

【0023】

上記の発明において、広告媒体者から受信したユーザ指定情報と、消費者が興味のある商品を身につけまたは所持している広告媒体者のプロフィールを指定して広告情報の送信を要求するようにしても良い。

【0024】

このように構成することで、無線信号の受信可能エリア内に多数の広告媒体者が存在する場合でも、広告媒体者をプロフィールにより絞り込むことができるので、消費者が知りたい商品の広告情報を確実に入手することができる。

【0025】

上記の発明において、携帯端末装置（広告媒体者携帯端末装置または消費者携

帯端末装置)は、携帯電話網の無線基地局との間で無線通信を行う機能と、携帯端末装置間で無線通信を行う機能を有するようにしても良い。これにより、携帯電話等を利用して簡単に広告情報の配信及び受信が可能となる。

【 0 0 2 6 】

本発明に係る広告配信方法は、複数の広告情報を記憶し、広告媒体者のユーザ登録を受け付け、前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告情報を配信し、広告媒体者携帯端末装置から消費者携帯端末装置に送信された広告情報に基づいて広告の閲覧要求があったとき、該当する広告を検索して前記消費者携帯端末装置に配信する。

【 0 0 2 7 】

この発明によれば、消費者は、例えば、街の中で見かけた人が身につけている商品、あるいは所持している商品に興味を持ったとき、広告情報の送信要求を送信し、それに対応して広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる広告情報を受信し、複数の広告情報を記憶する広告配信装置にその広告情報に基づいて広告の閲覧要求を行うことで、商品の広告をその場で入手することができる。商品を販売する側から見ると、商品に興味を持った消費者に対して広告情報を即時に提供できるので高い広告効果が見込める。

【 0 0 2 8 】

また、消費者が広告媒体者携帯端末装置から広告媒体者のユーザ指定情報を受信し、消費者が指定する商品の検索条件と広告媒体者のユーザ指定情報を広告配信装置に送信して広告閲覧要求を行うようにしても良い。

【 0 0 2 9 】

このように構成することで、消費者が興味を持った商品の検索条件、例えば、商品種別、色などを広告配信装置に送信することで、消費者の周りに多数の広告媒体者が存在する場合でも、広告媒体者を的確に特定して目的とする商品の広告情報を入手することができる。

【 0 0 3 0 】

本発明に係る広告配信方法は、複数の広告情報を記憶し、広告媒体者から要求された商品の広告情報を広告媒体者の携帯端末装置に配信し、広告媒体者の携帯

端末装置から消費者の携帯端末装置に送信された広告情報を契機として該広告情報を受信した消費者が広告を閲覧または商品を購入したとき、前記広告情報を提供した広告媒体者に広告報酬を与える。

【 0 0 3 1 】

この発明によれば、消費者は自分が広告媒体者として広告情報を配信することで報酬を獲得することができる。また、広告報酬が得られることにより広告媒体者として登録する人数が増えることが期待できるので、さらに広告効果を高めることができる。

【 0 0 3 2 】

本発明に係る広告配信方法は、複数の広告情報を記憶し、広告媒体者のユーザ登録を受け付け、前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告情報を配信し、広告媒体者携帯端末装置と消費者携帯端末装置間で広告情報の送信を要求する機能または広告情報の送信機能を実現するプログラムを前記広告媒体者携帯端末装置または消費者携帯端末装置に配信する。

【 0 0 3 3 】

この発明によれば、例えば、広告媒体者携帯端末装置と消費者携帯端末装置間で広告情報の送信を要求する機能または広告情報の送信機能を実現するプログラムを広告媒体者携帯端末装置または消費者携帯端末装置にダウンロードすることができるので、それらの端末装置が広告情報の送信を要求する機能などを予め有する必要がない。また、プログラムが変更された場合でも、変更されたプログラムを広告媒体者携帯端末装置または消費者携帯端末装置にダウンロードすることで簡単に対応できる。

【 0 0 3 4 】

【発明の実施の形態】

以下、図面を参照しながら本発明の実施の形態を説明する。

最初に、本発明の 1 つの実施の形態の広告提供システムの概要を説明する。実施の形態の広告提供システムの目的の 1 つは、消費者が外出中に歩きながら、同じく通行中の消費者からその場で容易に広告を取得できるということである。消費者が広告を要求して所望の広告を入手するためには、まず消費者の周囲に広告

を配信する広告媒体者が存在している必要がある。そのため、販売者が広告を提供し、ユーザとして消費者と広告媒体者が参加する共通の機構を設け、多数の販売者が多数の商品広告を登録し、多数のユーザがこの機構を利用して広告の配信と受信ができるシステムを実現する必要がある。

【 0 0 3 5 】

広告提供システムは、例えば、広告媒体者の登録、商品の広告情報の配信等を行う広告代理 A S P (application service provider) サーバ 2 1 (図 3 参照) により実現される。

【 0 0 3 6 】

広告を提供する販売者はこのシステムを介して、広告の配信者(広告媒体者)に対して広告が有効に活用されたことを契機として、例えば、ポイントの形で報酬を与える。これにより多数の広告媒体者が広告提供システムに参加することが期待できるので、販売者は、商品を購入する可能性の高い消費者を対象に的確に低コストで広告を提供することが可能になる。

【 0 0 3 7 】

広告代理 A S P サーバ 2 1 は、販売者が発行したポイントの一部をリベートとして徴収することや広告代理 A S P サーバのサイトへのバナー広告といった販売者が消費者に提供するのとは別の広告料などから利益を得ることが可能である。

【 0 0 3 8 】

利用する消費者にとっては、その人のほしい商品に関する情報を、無料で即時に入手できることと、広告を配信した広告媒体者にとっては広告を配布することにより報酬が得られるというメリットがある。

【 0 0 3 9 】

また広告代理 A S P サーバ 2 1 を通信事業者が実現する場合は、利用ユーザの通信料により大きな利益が期待できる。

上記のようなシステムを実現するために、ネットワーク上に広告提供システムを中心となる広告代理 A S P サーバ 2 1 を設ける。広告代理 A S P サーバ 2 1 には、広告提供システムに参加する消費者及び広告媒体者のユーザ登録とポイントの管理を行うユーザ管理サーバ 2 2 と販売者が依頼した広告情報を管理する広告

管理サーバ23と広告する商品の商品情報を管理する販売管理サーバ24、様々なログを取るロギングサーバ25を設ける。

【0040】

消費者が広告提供システムにユーザとして参加するには、消費者が直接ユーザ管理サーバ22の登録サイトにアクセスして登録するか、販売店が来店した消費者の代行登録を行う。ユーザ管理サーバ22は、登録を代行した販売店に対して代行登録したユーザ数に応じてレポートを与える。消費者の登録は初回のみで、手続きが完了した消費者は任意に広告の配信と受信を行うことができる。

【0041】

以下、図面を参照しながら実施の形態の広告提供システムについて詳細に説明する。図3は、第1の実施の形態の広告提供システムの構成を示す図である。

広告代理ASPサーバ21と、広告媒体者携帯端末装置26と、消費者携帯端末装置27と、販売者／メーカサーバ29とは、インターネット等のネットワーク28を介して接続されている。

【0042】

広告代理ASPサーバ21は、広告媒体者として登録したユーザに関する情報を管理するユーザ管理サーバ22、販売者が登録した広告情報を管理する広告管理サーバ23、販売した商品等の情報を管理する販売管理サーバ23及び消費者及び広告媒体者のアクセスログを管理するロギングサーバ24とを有する。なお、広告管理サーバ23、販売管理サーバ24、あるいはロギングサーバ25は、広告代理ASPサーバ21とは別に配置して、それらをLAN、その他のネットワーク28で接続しても良い。さらに、それぞれのサーバは、複数のサーバから構成されても良い。

【0043】

広告媒体者携帯端末装置26は、例えば、Bluetooth等の無線通信機能を有する携帯電話、PDA等の携帯型コンピュータなどであり、ネットワーク28を介して広告代理ASPサーバ21にアクセスする機能と、広告媒体者が身につけた品物の広告情報、あるいはその広告情報が提供されているインターネットのウェブサイトのURL等（広告指定情報）を消費者の携帯端末装置

27に無線で送信する機能を有している。

【0044】

消費者携帯端末装置27も同様に携帯電話、携帯型コンピュータであり、ネットワーク28を介して広告代理ASPサーバ21をアクセスする機能と、広告媒体者端末装置26に対して広告情報の送信を無線により要求する機能とを有する。なお、一定の無線エリア内にいる消費者携帯端末装置27と広告媒体者携帯端末装置26とは直接無線により通信することができる。

【0045】

販売店／メーカーサーバ29は、広告情報等をネットワーク28を介して広告代理ASPサーバ21に登録する機能等を有している。

次に、図4は、広告媒体者携帯端末装置26または消費者携帯端末装置27として用いられる携帯端末装置の構成を示す図である。

【0046】

入力部31は、電話番号、商品コード、文字等を入力する入力部である。商品コードを入力する方法としては、バーコードスキャナーを付加して商品のバーコードを読み取る方法、商品に商品コードが記録されたICチップ（RFIDなど）を添付してそのICチップに記憶された商品コードを非接触で読み取る機能を設ける方法、商品コードをユーザが入力する方法等がある。通信制御部32は、携帯電話機能、Bluetooth等による無線信号の送受信機能を有する。

【0047】

広告集信部33及び広告配信部34は、本装置が、広告媒体者携帯端末装置26として使用される場合に必要な機能である。広告集信部33は、広告代理ASPサーバ21から広告データをダウンロードするためのものである。広告配信部34は、広告集信部33によりダウンロードされ、装置内部の記憶装置35に記憶された配信用広告データ（広告情報）を消費者携帯端末装置27に無線信号により送信する。

【0048】

発注部36及び広告受信部37は、本装置が消費者携帯端末装置27として使用される場合に必要な機能である。発注部36は、広告媒体者携帯端末装置26

に対して広告データの配信を要求する。広告受信部 3 7 は、広告媒体者携帯端末装置 2 6 から無線により送信されてくる広告データを受信する。

【 0 0 4 9 】

記憶装置 3 5 には、広告代理 A S P サーバ 2 1 から受信した配信用広告データ、広告媒体者携帯端末装置 2 6 から受信した受信広告データ、発注履歴情報等が記憶される。

【 0 0 5 0 】

データ管理部 3 8 は、広告集信部 3 3、広告配信部 3 4、発注部 3 6 及び広告受信部 3 7 等で受信された広告データ、あるいは配信すべき広告データの記憶装置 3 5 への格納、あるいは読み出し等の制御を行う。

【 0 0 5 1 】

上記の広告集信部 3 3、広告配信部 3 4、発注部 3 6、広告受信部 3 7 及びデータ管理部 3 8 からなるブロック（図 4 に点線で示す部分）は、例えば、広告配信・受信プログラムにより実現される。この広告配信・受信プログラムは、携帯端末装置に予めインストールしておいても良いし、ユーザ登録する際に、ユーザが広告代理 A S P サーバ 2 1 からダウンロードしても良い。

【 0 0 5 2 】

以下、携帯端末装置のユーザが広告代理 A S P サーバ 2 1 にユーザ登録をする場合について説明する。

図 5 は、ユーザ情報を管理する広告代理 A S P サーバ 2 1 のユーザ管理サーバ 2 2 の構成を示す図である。

【 0 0 5 3 】

登録管理部 4 1 は、ユーザからの登録申請を受け付け、ユーザ登録を行ったユーザに対してユーザ I D を付与し、データ管理部 4 3 に対してユーザ配布プログラムの配布を指示する。

【 0 0 5 4 】

モジュール配布部 4 2 は、ユーザ登録完了時にデータ管理部 4 3 の依頼を受けて通信制御部 4 4 に指示してユーザに広告配信・受信プログラムの配布を行う。

ポイント管理部 4 5 は、他の管理サーバからの獲得ポイントの通知を受け、該

当する広告媒体者の蓄積ポイントの管理、広告報酬の算定、支払いの指示等を行う。履歴管理部46は、ポイント管理部45の下位に位置し、ユーザ登録により広告媒体者に付与される広告媒体者IDと、商品コード、ポイントの発行通知等からポイントの獲得履歴を管理する。

【0055】

データ管理部43は、登録管理部41、モジュール配布部42及びポイント管理部45等で扱うデータの管理を行う。

記憶装置47は、登録されたユーザのユーザ個人情報40、ユーザに配布するプログラム、ユーザ毎の獲得ポイント、ユーザ毎のポイント獲得履歴等を記憶する。

【0056】

ポイント管理部45は、広告管理サーバ23から消費者が広告媒体者から得た広告情報に従って初回アクセスしたとき、販売管理サーバ24から消費者が広告媒体者から得た広告データに従って商品を購入し決済が終了したとき、ログインサーバ25から広告媒体者から得た広告データを持った消費者が広告管理サーバ23にアクセスする前に販売店に来店したとき、広告媒体者のユーザIDとそれぞれの条件で付与されるポイント数を通知される。ポイント管理部45は、広告媒体者ごとにポイント数を累計していき、一定のポイント数に達したときに、広告媒体者に対してメール等の方法で通知し、予め登録してある口座等に広告報酬を振り込む。

【0057】

図6は、ユーザ管理サーバ22で管理するユーザ個人情報40のデータ構成を示す図である。

同図に示すように、ユーザ個人情報40は、登録したユーザに付与されるユーザIDと、そのユーザの獲得したポイントの累計を示す蓄積ポイントと、ユーザ名と、年齢、性別、住所、Eメールアドレス、電話番号、銀行の口座番号等のデータからなる。

【0058】

次に、図7は、広告管理サーバ23の構成を示す図である。広告管理部51は

、販売者から広告依頼を受けた広告の登録・管理を行うとともに、消費者からの要求に従って広告データを提供する。

【0059】

データ集配信部52は、販売者からの広告データの集信及び消費者への広告データの配信を行う。

通信制御部53は、ネット28を介して販売者／メーカーのサーバ29、消費者携帯端末装置27及び広告媒体者携帯端末装置26との間でデータの送受信を行う。

【0060】

データ管理部54は、広告管理部51の管理する広告データ、あるいは広告データを管理するための広告管理情報の記憶装置55への書き込み及び読み出し等を制御する。

【0061】

図8は、広告管理サーバ23が管理する広告管理情報50のデータ構成を示す図である。

広告管理情報50は、図8に示すように、商品コードと、広告データを指す情報、その広告データの登録日、広告期限、広告データの配布先のユーザID（広告媒体者のユーザID）から構成されている。広告データが、販売者またはメーカーのウェブサイトに登録されている場合には、広告管理情報50の広告データを指す情報としてそのウェブサイトのURLが記録される。

【0062】

図9は、販売管理サーバ24の構成を示す図である。販売管理部61は、商品コード、商品名、商品のポイント、商品情報、在庫等の商品に関する情報の管理を行う。また、販売店から消費者が商品を購入した契機となったもの、つまり特定の広告媒体者の広告を見て商品を購入した場合には、ユーザ管理サーバ22のポイント管理部45に商品に設定されているポイントを広告媒体者の獲得したポイントとして通知する。

【0063】

データ集配信部62は、商品管理情報の集信と配信の制御を行う。つまり商品

コード、商品名、価格等のデータを販売者、あるいはメーカから取得し、あるいは商品管理情報を他のサーバに配信する。

【0064】

受注部63は、電子商取引により消費者からの注文を受け付ける。通信制御部64は、ネットワーク28を介して販売者／メーカのサーバ29との間で商品情報の送受信を行う。

【0065】

データ管理部65は、販売管理部61、受注部63等の扱うデータを管理する。データ管理部65は、販売管理部61で作成される商品管理情報、あるいは受注部63での注文情報を記憶装置66に格納する。

【0066】

図10は、販売管理サーバ24が管理する商品管理情報60の構成を示す図である。

商品管理情報60は、図10に示すように、商品コードと、商品名と、購入の契機となった広告媒体者に与えられるポイント数と、価格と、商品情報とから構成される。商品情報には、商品情報テーブル60aを指す情報が記憶され、商品情報テーブル60aには、商品の色、サイズ、在庫数量等が記憶される。

【0067】

次に、図11は、ロギングサーバ25の構成を示す図である。ログデータ集信部71は、他のサーバからのアクセスログのログデータを収集する。通信制御部72は、ネットワーク28を介してログデータの送受信を行う。データ管理部73は、ユーザ別のログデータの管理を行う。記憶装置74は、データ管理部73の管理のもとにログデータを記憶する。

【0068】

ロギングサーバ25は、広告の配信者を識別するため、以下のタイミングでロギングを行う。広告配信の単位はアイテムごとであるが、複数アイテムの広告を広告媒体者から一度に受信した場合、同じ広告媒体者から同時にきた複数の広告を1つにまとめてログにとる。

【0069】

例えば、消費者携帯端末装置 27 の広告配信・受信プログラムが、消費者が受信広告リストのメニューを表示させたときにその内容を広告代理 A S P サーバ 21 のログインサーバ 25 に送信しログインする。これは広告媒体者の身につけまたは所持している商品を消費者が最初に認識をしたことの記録になる。

【0070】

受信広告をセレクトした時点で広告配信・受信プログラムが、その内容を広告代理 A S P サーバ 21 のログインサーバ 25 に送信しログインする。消費者が広告をみたということだけで広告媒体者にポイント付与する場合には、ログインサーバ 25 でこの時点のログを採取してユーザ管理サーバ 22 のポイント管理部 45 に通知してポイントを付与する。この場合はこの時点のポイント数を低ポイントに押さえ、さらに来店ポイントや商品購入ポイントを付加していくようにする。

【0071】

次に、以上のような構成の広告提供システムの動作を説明する。最初に、販売者が広告代理 A S P サーバ 21 に対して商品の広告依頼を行う場合について説明する。

【0072】

図 12 は、販売者がそれぞれのサーバから広告代理 A S P サーバ 21 に広告データを配信し、その広告データが広告代理 A S P サーバ 21 の広告管理サーバ 23 に格納される場合の説明図である。この場合、販売者のサーバ 29 から広告代理 A S P サーバ 21 に広告データを送信し、その広告データが広告代理 A S P サーバ 21 の広告管理サーバ 23 に格納される。

【0073】

図 13 は、広告代理 A S P サーバ 21 が管理する広告管理サーバ 23 とは別に設けられた外部広告管理サーバ 81 に広告データを格納した場合を示している。この場合、例えば、販売者は広告データを自身が管理する外部広告管理サーバ 81 に格納し、広告代理 A S P サーバ 21 に広告依頼を行い、広告データが格納されているウェブサイトの URL を配信する。広告代理 A S P サーバ 21 の広告管理サーバ 23 は、広告管理情報 50 の広告データとして外部広告管理サーバのウ

ェブサイトのURLを記録する。

【0074】

次に、消費者が広告代理ASPサーバ21にユーザ登録する場合について、図14の説明図と図15のフローチャートを参照して説明する。

図14は、広告代理ASPサーバ21にユーザ登録する場合の手順を示す図であり、図15は、そのときのユーザ管理サーバ22におけるユーザ登録処理のフローチャートである。

【0075】

最初に、消費者Aが携帯端末装置82から広告代理ASPサーバ21に対してユーザ登録の申請を行う。

ユーザ管理サーバ22は、ユーザ登録申請の入力を受け付けると（図15，S11）、そのユーザが新規のユーザか否かを判別する（S12）。

【0076】

新規のユーザのときには、ユーザが入力したデータをチェックして（S13）、ユーザの入力データが正常か否か、つまりユーザ登録に必要な個人情報が入力されたか否かを判別する（S14）。個人情報が正常に入力された場合には（S14，YES）、ユーザIDを割り当てる（S15）。さらに、入力された個人情報をユーザIDと対応づけてユーザ個人情報40として登録する（S16）。ユーザ登録が完了したなら、ユーザIDと広告配信・受信プログラムをユーザに配布する（S17）。

【0077】

ステップS14で入力データが正常ではないと判別されたときには（S14，NO）、ステップS18に進み登録に失敗したことをユーザに通知する。

上記のユーザ登録手順を、図14の説明図を参照して説明すると、消費者Aが自分の携帯端末装置82から広告代理ASPサーバ21に対してユーザ登録の申請を行う（図14のA-1）。個人情報が入力され、ユーザ登録が正常に終了したなら、ユーザIDが付与され、広告情報の配信・受信プログラムが、ユーザの携帯端末装置82にダウンロードされる（図14，A-2）。

【0078】

ユーザ登録は、広告代理ASPサーバ21に対して消費者が直接行う方法ばかりではなく、例えば、販売店がユーザ登録の登録代行店84の役割を持ち、消費者が販売店等においてユーザ登録を行えるようにしても良い。

【0079】

この場合、図14において、登録代行店84において消費者Bが携帯端末装置83を利用して無線信号等により登録代行店84の計算機85に対してユーザ登録の申請の手続きを行う（図14，B-1）。消費者Bの個人情報を受け付けた計算機85は、その個人情報を広告代理ASPサーバ21に送信してユーザ登録の代行を行う（図14，B-2）。

【0080】

ユーザ登録が完了すると、広告代理ASPサーバ21から計算機85にユーザID、広告配信・受信プログラムがダウンロードされる（図14，B-3）。計算機85は、そのユーザIDと広告配信・受信プログラムを携帯端末装置83に送信してインストールさせる（図14，B-4）。

【0081】

以上の処理により、広告代理ASPサーバ21に対する消費者のユーザ登録手続きが完了する。

次に、消費者が商品を購入したときに、その商品の広告データを取得する手順を、図16の説明図と図17及び図18のフローチャートを参照して説明する。

【0082】

図16において、販売者から商品を購入した消費者は（図16、①）、広告代理ASPサーバ21に対して、購入した商品Aの商品コードを入力して商品Aの配信用広告データの送信を要求する（図16、②）。

【0083】

広告代理ASPサーバ21の広告管理サーバ23は、該当する商品の広告データが表示されるウェブサイトのURLを含む広告データを消費者Aの携帯端末装置に配信する（図16、③）。URL以外の広告データとしては、例えば、商品の種別、色等を配信する。

【0084】

このときの広告媒体者（商品を購入した消費者）の携帯端末装置 2 6 における広告データを取得する処理と広告管理サーバ 2 3 における配信処理の内容を、図 1 7 及び図 1 8 を参照して説明する。

【 0 0 8 5 】

購入した商品の広告データを入手したい消費者は、携帯端末装置 2 6 の入力部から商品コードを入力する（図 1 7， S 2 1）。次に、その商品コード付加して配信用広告データの送信要求を、広告代理 A S P サーバ 2 1 の広告管理サーバ 2 3 に対して行う（図 1 7， S 2 2）。

【 0 0 8 6 】

広告管理サーバ 2 3 は、広告媒体者からの配信用広告データの送信要求を受信すると（図 1 8， S 3 1）、ユーザ管理サーバ 2 2 の登録管理部 4 1 に配信用広告データの送信を要求してきた人がユーザ登録されているか否かを問い合わせる（図 1 8， S 3 2）。そして、配信を希望するユーザのユーザ I D がユーザ管理サーバ 2 2 に登録されているユーザ I D と一致するか否かを判別する（図 1 8， S 3 3）。ユーザ I D が一致し登録ユーザであった場合には（S 3 3， Y E S）、指定された商品コードの広告データが広告管理サーバ 2 3 の記憶装置 5 5 に格納されているか否かを調べる（図 1 8， S 3 4）。指定された商品の広告データが存在する場合には（S 3 4， Y E S）、その広告データを送信要求を行った広告媒体者（商品を購入した消費者）に送信する（図 1 8， S 3 5）。

【 0 0 8 7 】

広告媒体者の携帯端末装置 2 6 は、広告管理サーバ 2 3 から応答データを受信したなら（図 1 7， S 2 3）、応答データの中に広告データが存在するか否かを判別する（図 1 7， S 2 4）。広告データが存在する場合には（S 2 4， Y E S）、取得した広告データを広告管理表に格納する。

【 0 0 8 8 】

図 1 9 は、配信用広告データの送信要求に対して広告管理サーバ 2 3 から送信される応答データの一例を示す図であり、図 2 0 は、広告媒体者携帯端末装置 2 6 の広告管理表の一例を示す図である。

【 0 0 8 9 】

広告管理サーバ 2 3 は、広告媒体者携帯端末装置 2 6 から広告データの送信要求を受信すると、指定された商品の広告データが存在する場合には、図 1 9 (A) に示すような応答データを作成して送信する。

【0090】

この場合の応答データは、広告データの有無を示すエラーフラグと（広告データが存在するとき「0」が、存在しないとき「1」が設定される）、広告データの提供されているウェブサイトの URL と、広告内容を示す広告情報（例えば、赤のタートルネットセータの画像）とから構成される。広告データが存在しない場合には、図 1 9 (B) に示すように上記のエラーフラグとして「1」が設定され、広告データが何も付加されていない応答データが送信される。

【0091】

図 2 0 は、広告媒体者携帯端末装置 2 6 において作成される広告管理表 9 1 の一例を示す図である。

広告管理表 9 1 には、商品コードと、商品種別と、配信要求があったときの広告データの配信の可否を指定する配信フラグと、広告データが登録された日時と、配信期限と、広告データの存在するウェブサイトの URL とが設定される。

【0092】

なお。上記の広告管理表 9 1 で、配信期限が設定されている場合には、その配信可能期限をすぎたとき、配信フラグが不可に設定されて広告データが配信されないようになる。あるいは、当日だけ配信する時限広告データを、広告媒体者携帯端末装置 2 6 にダウンロードした場合、広告データに一定時間で自動的に削除される機能を付加しておくことにより、広告媒体者が広告の削除を意識しなくとも自動的に削除できるようになる。

【0093】

消費者携帯端末装置 2 7 から広告データの配信要求を受信したとき、広告媒体者携帯端末装置 2 6 は、上記の広告管理表 9 1 の配信フラグが「配信可」となっている広告データを無線信号に変換して送信する。

【0094】

図 2 1 は、広告媒体者が身につけている商品の広告データではなく、広告媒体

者のローカルな宣伝を配信する場合の広告管理表を示している。

図 2 1 の例は、配信者のホームページの URL と、配信者の宣伝したいライブに関する情報が提供される URL とが登録されており、広告媒体者携帯端末 2 6 が広告データの配信要求を受信したときに、広告データと一緒に、これらの個人的に宣伝したい情報も送信することで、それらの情報を任意に配信することができる。

【0095】

次に、図 2 2 は、広告媒体者携帯端末装置 2 6 における広告データ更新処理のフローチャートである。

広告管理サーバ 2 3 において、広告が新しく更新された場合、広告管理部 5 1 は、更新された広告データを登録している広告媒体者をユーザ管理サーバ 2 2 に問い合わせ、該当する広告媒体者に広告データの更新を知らせるようにしている。以下、広告媒体者携帯端末装置 2 6 における広告データ更新処理について説明する。

【0096】

広告管理サーバ 2 3 から広告データ更新通知を受信したなら（図 2 2，S 4 1）、広告媒体者携帯端末装置 2 6 は広告管理サーバ 2 3 に対して広告データの配信を要求する（S 4 2）。そして、広告管理サーバ 2 3 から広告データを受信したなら（S 4 3）、広告管理表 9 1 から該当する広告データを検索し（S 4 4）、該当する広告データを更新する（S 4 5）。

【0097】

次に、消費者が街の中で他の人が身につけている洋服、あるいは所持しているバッグ、雑貨等を見てそれらの商品の広告を閲覧する際の手順を、図 2 3 を参照して説明する。

【0098】

広告媒体者携帯端末装置 2 6 には、予め広告代理 A S P サーバ 2 1 から広告媒体者の所有している商品の広告 URL が配布されている（図 2 3，①）。

消費者が消費者携帯端末装置 2 7 から広告を知りたい商品のキーワード等を入力して広告データの配信要求を無線信号により送信すると、無線信号の受信エリ

ア内にいる広告媒体者が、広告媒体者携帯端末装置26に登録してある広告データのうち、送信されてきたキーワードに合致する広告を無線信号により配信する(図23, ②)。消費者は、広告媒体者から送信されてくる広告データの商品の内容を示す情報等を参考して目的とする商品の広告URLを選択し、そのURLにより広告を閲覧する(図23, ③)。

【0099】

このときの消費者携帯端末装置27における広告データの送信要求処理と広告媒体者携帯端末装置26における広告データの配信処理を、図24と図25のフローチャートを参照して説明する。

【0100】

消費者は、街のなかで他人が身につけている物で興味を引かれるものがあったなら、その商品の種類、色などをキーワードとして消費者携帯端末装置27に入力する(図24, S51)。さらに、広告データの送信要求を無線信号により送信する(図24, S52)。

【0101】

広告媒体者携帯端末装置26は、消費者携帯端末装置27からの広告データの送信要求を受信すると(図25, S61)、広告管理表91から配信可能な広告を検索する(図25, S62)。さらに、検索した広告データを無線信号により消費者携帯端末装置27に配信する(図25, S63)。

【0102】

消費者携帯端末装置27は、広告媒体者携帯端末装置26から無線により送信されてくる広告データを受信する(図24, S54)。複数の広告媒体者携帯端末装置26からのデータが送信されてくる場合には、所定の時間、データが送信されてこないかどうか確認し、送信されてこなければ、全てのデータを受信したと判断する(図24, S54)。広告媒体者携帯端末装置26からのデータの受信が完了した場合には(S54, YES)、受信データに広告データが含まれているか否かを判別する(図24, S55)。受信データに広告データが含まれている場合には(S55, YES)、広告データのURLで指定されるウェブサイトをアクセスして所望の広告を見つける(図24, S56)。消費者は、自分が

興味を持った商品の広告があるか否かを判断する（S 5 7）。所望の広告があったなら（S 5 7, Y E S）、その広告データ（この場合、商品の情報）を消費者携帯端末装置 2 7 の記憶装置 3 5 にダウンロードする（図 2 4, S 5 8）。

【0 1 0 3】

以上の処理により、消費者は、街の中で他人が身につけている商品、あるいは所持している商品の広告データを、自分が持っている携帯電話等の消費者携帯端末装置 2 7 を利用して簡単に入手することができる。

【0 1 0 4】

次に、図 2 6 は、広告媒体者のユーザ I D と消費者の指定した検索条件とに基づいて広告データを検索して消費者に送信する場合の説明図である。

この場合も、消費者が広告 U R L （広告データが提供されているウェブサイトの U R L ）を広告媒体者携帯端末装置 2 6 から入手するまでの手順は、図 2 3 に示した場合と同一であるのでその部分の説明は省略する。

【0 1 0 5】

消費者は、広告 U R L と広告媒体者のユーザ I D を広告媒体者携帯端末装置 2 6 から無線信号により受信したなら（図 2 6, ②）、取得した広告媒体者のユーザ I D をログインサーバ 2 5 に通知する（図 2 6, ③）。さらに、検索条件、例えば、商品の種類、色等を指定する（図 2 6, ④）。

【0 1 0 6】

ログインサーバ 2 5 は、消費者携帯端末装置 2 7 から通知された広告媒体者のユーザ I D を検索キーとして指定し、ユーザ個人情報の検索をユーザ管理サーバ 2 1 に依頼する（図 2 6, ⑤）。そして、該当するユーザ I D と対応づけて登録されている商品コードを取得したなら、その商品コードを有し、かつ指定された検索条件を満たす商品の広告データの検索を広告管理サーバ 2 3 に依頼する（図 2 6, ⑥）。ログインサーバ 2 5 は、広告管理サーバ 2 3 で検索された広告 U R L を消費者に通知する（図 2 6, ⑦）。

【0 1 0 7】

消費者はその広告 U R L によりウェブサイトアクセスして所望の商品の広告データを閲覧することができる。

以上の処理により、消費者の広告配信要求に応答して広告データを配信した広告媒体者のユーザIDと、消費者が指定した商品の種類、色等の検索条件から消費者の知りたい商品の広告を広告代理ASPサーバ21から閲覧することができる。

【0108】

次に、図27は、消費者のプロファイルに基づいて最適な広告データを消費者に送信する場合の説明図である。

広告媒体者携帯端末装置26から広告データの存在するウェブサイトを示す広告URLを受信したなら（図27、②）、消費者携帯端末装置27は、広告媒体者から送信されてくる広告URLと、商品コード、広告媒体者のユーザID及び消費者のユーザIDからなるユーザパラメータを外部広告管理サーバ81に送信して広告の閲覧を要求する（図27、③）。

【0109】

外部広告管理サーバ81は、受信した消費者IDを広告代理ASPサーバ21のユーザ管理サーバ22に送信するとともに、該当する消費者のプロファイルを要求する（図27、④）。

【0110】

ユーザ管理サーバ22は、外部広告管理サーバ81から通知された消費者IDでユーザ個人情報40を検索し、該当するユーザの年齢、性別等のプロファイル取得する。このプロファイルは、外部広告管理サーバ81に送信され、外部広告管理サーバ81が消費者のプロファイルを取得する（図27、⑤）。

【0111】

外部広告管理サーバ81は、取得したプロファイルとユーザパラメータの商品コードをキーにして消費者から閲覧要求のあった商品の広告データを検索し、それらの中で消費者プロファイルに合致する広告データを選別し、1または複数の広告データを消費者携帯端末装置27に送信する（図27、⑥）。

【0112】

以上のことから、消費者が広告データの送信を要求したときに、消費者の周りに広告媒体者が多数存在する場合でも、消費者のプロファイルに合った消費者が

最も希望するであろう商品の広告データを消費者に提供することができる。

【0113】

次に、上述した広告媒体者のユーザIDと消費者が指定する検索条件に基づいて広告データを検索する処理を、図28のフローチャートを参照して説明する。

消費者携帯端末装置27は、広告データの送信を要求し、広告媒体者から広告媒体者のユーザIDと広告データを取得する(図28, S71)。

【0114】

ロギングサーバ25は、広告媒体者のユーザIDと消費者の指定した広告条件(商品の種類、色などの検索条件)を消費者携帯端末装置27から受信し(S72)、指定された広告条件で広告媒体者のユーザIDに対応するユーザプロフィール(ユーザ個人情報)に登録されている広告データを検索する(S73)。そして、指定された広告条件と一致する広告データが、指定された広告媒体者の配信用広告データとして登録されているか否かを判別する(S74)。

【0115】

消費者により指定された広告条件と一致する広告データが登録されている場合には(S74, YES)、該当する広告媒体者とその広告データをロギングする(S75)。

【0116】

以上の処理により、消費者の指定した条件に合致する広告データを配信した広告媒体者を特定し、その広告媒体者のユーザIDとその広告媒体者から広告データを受信した消費者のユーザIDをロギングサーバ25に記録することができる。

【0117】

次に、広告代理ASPサーバ21内の広告管理サーバ23または外部広告管理サーバ81が消費者のプロファイルに合った広告データを消費者に送信する処理を、図29のフローチャート参照して説明する。

【0118】

消費者携帯端末装置27から広告閲覧要求を受信する(図29, S81)。広告閲覧要求の送信データとしては、広告媒体者から送信された広告URL、商品

コード、広告媒体者のユーザID、消費者のユーザID等からなるユーザパラメータが送信される。受信した商品コードから消費者の要求した広告データを検索する（S 8 2）。そして、消費者の要求した商品コードに対応した広告データが広告管理サーバ23の記憶装置55に登録されているか否かを判別する（S 8 3）。広告データが登録されている場合には（S 8 3, YES）、送信用広告データとして消費者の要求した広告データを設定する（S 8 4）。

【0119】

ステップS 8 4の次には、またはステップS 8 3で消費者の要求した商品コードに対応する広告データが存在しないと判断された場合には（S 8 3, NO）、ユーザ管理サーバ22の登録管理部41に消費者のユーザIDを通知して消費者のプロファイル（年齢、性別等）を要求する（S 8 5）。

【0120】

図30（A）は、ユーザ管理サーバ22により管理されるユーザプロファイルの一例を示す図である。消費者のユーザIDが指定されると、ユーザ管理サーバ22は、そのユーザIDでユーザ個人情報40を検索し、該当する消費者の年齢、性別等の情報を取得し、その消費者プロファイルを広告管理サーバ23に送信する。

【0121】

広告管理サーバ23は、ユーザ管理サーバ22から消費者プロファイルを受信したなら（S 8 6）、受信した消費者のプロファイルと商品コードで指定される商品種別を基に該当する広告データを検索する（S 8 7）。すなわち、消費者が興味を持った商品と同じ商品種別で、消費者のプロファイルに適合するような商品の広告を検索する。

【0122】

上記の検索により消費者のプロファイルと類似したプロファイルを有する広告媒体者で、同じ商品種別の広告データが存在するか否かを判別する（S 8 8）。

消費者のプロファイルに適合した広告データが存在する場合には（S 8 8, YES）、送信用広告データとして検索により得られた広告データを追加する（S 8 9）。そして、その送信用広告データを閲覧要求のあった消費者に送信する（

S 9 0)。

【 0 1 2 3 】

図 3 0 (B)、(C) は、消費者により広告の検索条件として商品種別「靴」が指定された場合に、複数の広告媒体者のユーザ I D と消費者のユーザ I D と指定された商品種別「靴」を検索条件として広告データの検索が行われることを示している。

【 0 1 2 4 】

また、図 3 0 (D) は、商品種別「靴」と、その色「茶色」と、価格「5 0 0 0 ～ 1 5, 0 0 円」が指定されたときの検索条件を示している。

上記の処理により、広告媒体者から取得した情報（例えば、商品コードとユーザ I D ）と、消費者のプロファイルとに合った商品の広告データを消費者は取得することができる。この場合、広告媒体者から取得した商品コードの商品の在庫が無い場合でも、消費者が興味を持った商品と同じ商品種別で、消費者のプロファイルに適合する他の商品の広告データを消費者に送信することができるので、消費者にとっては、少ない検索操作で自分が望む商品情報を入手することができる。

【 0 1 2 5 】

図 3 1 は、消費者携帯端末装置 2 7 において、検索条件を入力するメニュー画面を示す図である。

最初に、広告要求ボタンと広告条件指定ボタン 1 0 1 が表示される（図 3 1, (a) ）。広告条件指定ボタン 1 0 1 を操作すると、商品種別、色、価格、プロフィール（図 3 8 及び 3 9 で後述する広告媒体者のプロフィール）の選択メニューが表示される（図 3 1, (b) ）。その選択メニューの中の 1 つを選択すると、次の選択メニューに切り替わる。

【 0 1 2 6 】

例えば、商品種別を選択すると、その詳細として「トップス」、「ボトムス」、「その他」、「商品種別キー入力」とが表示される（図 3 1, (c) ）。この状態で「トップス」を選択すると、「ジャケット」、「シャツ」、「ニット」、「コート」等の選択メニューが表示される（図 3 1, (d) ）。

【 0 1 2 7 】

消費者は、消費者携帯端末装置 2 7 の表示部 3 9 に表示される上記のメニューを順次選択することで検索条件を簡単に入力することができる。

次に、広告媒体者が提供した商品の情報により消費者が広告を閲覧したとき、あるいは商品を購入したときに、広告媒体者にポイントを付与する処理について説明する。

【 0 1 2 8 】

図 3 2 は、消費者が広告を閲覧したときに広告媒体者にポイントを付与する場合の説明図である。

消費者 C が、商品 A を身につけている人を見かけて消費者携帯端末装置 2 7 から広告配信要求を無線により送信すると、一定の無線受信エリア内にいる広告媒体者がそれぞれ広告データを無線信号により送信する。

【 0 1 2 9 】

例えば、消費者 C が広告媒体者 B から送信されてきた広告 URL を利用して広告代理 ASP サーバ 2 1 の広告管理サーバ 2 3 をアクセスして広告を閲覧すると（図 3 2，①）、販売管理サーバ 2 4 を利用して商品を購入すると、あるいは販売店の販売管理クライアント 1 0 2 を利用して商品を購入すると（図 3 2，①'）、広告を閲覧したという情報が広告管理サーバ 2 3 から販売管理サーバ 2 4 に送信され、商品を購入したという情報が販売管理サーバ 2 4、あるいは販売管理クライアント 1 0 2 から販売管理サーバ 2 4 へ送信される。そして、消費者が広告を閲覧する契機となった（または、商品の購入の動機となった）広告データを配信した広告媒体者 B にポイントを付与するために、それぞれの獲得ポイントがユーザ管理サーバ 2 2 のポイント管理部 4 5 に通知される（図 3 2，②）。

【 0 1 3 0 】

ユーザ管理サーバ 2 2 は、広告媒体者 B の蓄積ポイントに獲得ポイントを加算すると共に、広告ポイントを付与したことを該当する広告媒体者 B の広告媒体者携帯端末装置 2 6 に通知する（図 3 2，③）。

【 0 1 3 1 】

図 3 3 は、広告媒体者が配信した広告データを受信した消費者が来店したとき

に、広告媒体者にポイントを付与する場合の説明図である。

この場合も、図32と基本的には同じである。商品Aを見て広告データを広告媒体者から入手した消費者Cが販売店に来店すると（図33，①）、販売管理クライアント102が、消費者Cから広告媒体者のユーザIDを含む広告パラメータを取得し、そのパラメータをロギングサーバ25に送信する（図33，②）。ロギングサーバ25は、広告媒体者Bが獲得すべき来店ポイントをポイント管理部45に通知し（図33，③）、ポイント管理部45は、該当する広告媒体者の蓄積ポイントにその来店ポイントを加算する。さらに、来店ポイントを付与したことを広告媒体者Bに通知する（図33，④）。

【0132】

図34は、上述したポイント管理部45における広告媒体者に対するポイント付与処理のフローチャートである。

ユーザ管理サーバ22のポイント管理部45は、販売管理サーバ24から広告媒体者のポイント加算依頼を受信したなら（図34，S101）、広告媒体者のユーザIDによりユーザ個人情報40を検索する（S102）。ユーザ個人情報40に該当するユーザIDがユーザ個人情報40に登録されているか否かを判別する（S103）。

【0133】

指定された広告媒体者のユーザIDが登録されている場合には（S103，YES）、その広告媒体者の蓄積ポイントに今回獲得したポイントを加算する（S104）。そして、ユーザ個人情報40に記憶されている蓄積ポイントが所定の報酬支払いポイント数以上となったか否かを判別する（S105）。

【0134】

蓄積ポイントが報酬支払いポイント以上となっているときには（S105，YES）、該当する広告媒体者の口座に広告報酬の支払いを行う（S106）。蓄積ポイントが報酬支払いポイントに達していないときには（S105，NO）、そこで処理を終了する。

【0135】

上述した実施の形態によれば、以下に述べる種々のケースで広告媒体者の広告

効果に応じて広告報酬を得ることができる。従って、商品を購入した消費者から見れば広告媒体者として積極的に広告を行う動機づけとなり、商品の提供者、販売者側から見れば、広告媒体者が増えることで、よりおおきな広告効果が期待できる。

【 0 1 3 6 】

(1) 消費者が広告媒体者から受信した広告データを元に商品情報を閲覧するために広告管理サーバに初回アクセスしたとき広告媒体者に広告閲覧ポイントを与える。

【 0 1 3 7 】

(2) 消費者が、広告媒体者から受信した広告情報を元に商品情報を閲覧し何らかの商品を購入した場合に、販売管理サーバ 2 4 が広告媒体者に購入ポイントを与える。

【 0 1 3 8 】

(3) 消費者が広告媒体者から受信した広告を元に販売店に来店したときに、販売店で消費者が広告媒体者の提供した広告を見て来店したか否かを確認し、広告媒体者の広告を見て来店した場合には、広告媒体者のユーザ ID 等からなるユーザパラメータを取得し、広告媒体者の ID を広告代理 A S P サーバ 2 1 のログインサーバ 2 5 に送信することで、広告媒体者に来店ポイントを与える。

【 0 1 3 9 】

上記 (1) については、広告代理 A S P サーバ 2 1 の外部で電子商取引を行う場合には、メーカー系の広告は一般的な広告になるので、特定の販売店の広告と違い広告内容は購入できる E C (電子商取引) サイトの紹介や購入方法、関連商品の紹介などを提示する内容になる。こういった内容の広告ではメーカーと販売店の関連づけが難しく販売ポイントを付与することは難しいので、メーカー系広告のポイントは広告の閲覧ポイントのみとする。

【 0 1 4 0 】

上記の (2) については、広告代理 A S P サーバ 2 1 内部で商品販売を行う場合には、販売管理サーバ 2 4 は消費者、広告媒体者双方の特定とプロファイルの管理を行うことができる。従って、消費者が広告媒体者から受信した広告情報を

元に販売管理サーバ24をアクセスしたときに、ユーザパラメタを記録しておき、広告データに該当する商品や関連する商品を購入したとき、消費者に購入ポイントを与える。

【0141】

なお、ユーザ管理サーバ22は、消費者が広告媒体者の配信した広告情報に基づいて商品情報を閲覧したポイント、または商品を購入したポイント、来店ポイントの通知を各管理サーバより受け、広告媒体者の獲得ポイントを加算し、獲得ポイントの累計を管理する。そして、ポイント数がある一定値に達した場合に広告媒体者に広告報酬を支払う。

【0142】

図35は、上述した消費者のプロファイルに基づいて広告データを提供し、広告媒体者に閲覧ポイントを付与する場合のシーケンスを示す図である。

消費者が広告媒体者から広告データ（広告媒体者のユーザIDと商品コードを含む）を受信し、自己のユーザIDを付加したユーザ（URL）パラメータとして外部広告管理サーバ81に送信する。

【0143】

外部広告管理サーバ81は、消費者のユーザIDをユーザ管理サーバ22の登録管理部41に送信し、該当する消費者のプロファイルを取得する。そして、消費者のプロファイルを反映した広告データの検索を行い、消費者のプロファイルに合った広告データを消費者に提供する。さらに、外部広告管理サーバ81は、消費者が広告を閲覧する契機となった広告媒体者のユーザIDと閲覧ポイントをポイント管理部45に通知する。この通知を受けて、ポイント管理部45は、ユーザ個人情報40として記憶されている該当するユーザの蓄積ポイントに閲覧ポイントを加算する。

【0144】

次に、図36は、本発明の第2の実施の形態の広告提供システムにおける広告媒体者の絞り込みを行う処理のフローチャートである。

この第2の実施の形態のシステム構成は、図3に示す第1の実施の形態と同じである。異なる点は、広告媒体者携帯端末装置26に広告用のURL、商品コー

ド等を記憶せず、消費者から商品情報の送信要求を受信したときに、広告媒体者のユーザIDのみを消費者に送信するようにしたことである。そして、消費者が広告媒体者のユーザIDと消費者が商品情報を知りたい商品の商品種別、色等の検索条件を指定することで、広告代理ASPサーバ21が、広告媒体者のユーザIDと、消費者により指定された検索条件から該当する広告データを検索して消費者に送信するようにしている。

【0145】

さらに、対象となる広告媒体者が一定の無線エリア内にいるときに消費者が広告要求の操作を複数回行い、ユーザIDを送信した広告媒体者のリストを作成することで広告媒体者を絞り込むようにしている。

【0146】

目的の人物、つまり自分の興味のある商品を身につけている人が無線通信可能範囲内に存在するとき、消費者は広告要求操作を行い、広告媒体者のユーザIDを受信する。この場合、無線通信可能範囲内に多数の広告媒体者が存在するときには、多数の広告媒体者のユーザIDが返信されてきたり、また1つしか広告媒体者のユーザIDが返信されてこなかった場合でも本当に目的の人物のユーザIDかは、この時点ではまだ特定することができない。そこでこのときに取得した広告媒体者のユーザIDをロギングしておき、消費者は数分後に目的の人物が無線通信可能範囲内に存在する状況で再度広告要求操作を行う。街頭においては人の動きも活発にあるので、消費者の無線通信可能範囲内に存在する広告媒体者の構成は前回広告要求操作時とは大幅に異なっていることが予想されるので、毎回ユーザIDが取得される広告媒体者は、目的とする人で在る可能性が高い。よって今回のロギングで取得した広告媒体者のユーザIDと前回のロギングで取得したユーザIDを比較して一致する広告媒体者のユーザIDを絞り込む。この操作を数回実行することにより、目的とする広告媒体者を絞り込むことができる。この広告媒体者の絞り込みにより所望の広告を入手することが可能となる。

【0147】

以下、図36のフローチャートを参照して、第2の実施の形態の広告媒体者の絞り込みの処理を説明する。

広告代理ASPサーバ21のロギングサーバ25は、消費者が1回目の広告要求操作を行ったときに、消費者携帯端末装置27が取得した、その無線エリア内にいる広告媒体者のユーザIDのリストを受信する(図36, S111)。そして、受信した広告媒体者のユーザIDのリストを記録し(S112)、その後、受信待ち状態となる(S113)。

【0148】

例えば、対象となる広告媒体者の移動に伴って消費者も移動し、移動先で消費者が(n+1)回目の広告要求操作を行い、消費者携帯端末装置27から送信されてくる広告媒体者のIDリストを受信する(S114)。受信した広告媒体者のユーザIDのリストをロギングする(S115)。そして、今回と前回のログの広告媒体者のユーザIDを比較する(S116)。

【0149】

そして、一致する広告媒体者のユーザIDが存在するか否かを判別する(S117)。一致するユーザIDが存在する場合には(S117, YES)、一致したIDの数が所定値m以下か否かを判別する(S118)。

【0150】

一致した広告媒体者のユーザIDの数が所定値m以下でないとき、つまり所定値mを超えているときには(S118, NO)、ステップS119に進みカウンタnの値を「1」加算してステップS113の待ち状態に戻る。

【0151】

他方、一致した広告媒体者のIDの数が所定値m以下のときには(S118, YES)、対象となる広告媒体者を絞り込めた場合であるので、一致したユーザIDの検索結果を消費者に通知する(S120)。

【0152】

この第2の実施の形態によれば、消費者が興味がある商品を身につけている人を見かけ、消費者携帯端末装置27から広告情報(商品情報)の送信を要求したときに、広告媒体者が多数存在する場合、あるいは応答した広告媒体者が少ない場合でも、応答した広告媒体者が消費者が知りたい対象の人かどうか不明なときに、複数回広告要求操作を行うことで、広告媒体者を絞り込むことができる。

これにより、消費者が知りたい商品情報、商品の広告を確実に入手することができる。

【0153】

次に、図37は、本発明の第3の実施の形態の広告閲覧手順の説明図である。

この第3の実施の形態は、消費者が興味のある商品bを所持している広告媒体者のプロフィールを指定することで、消費者の周辺にいる広告媒体者の中で指定されたプロフィールに近い広告媒体者が登録している広告データを広告の閲覧要求を行った消費者に配信するものである。

【0154】

消費者からの広告の送信要求を受信すると、無線網の通信可能範囲内にいる広告媒体者は、それぞれ自己のユーザIDを無線信号により送信する（図37、①）。

【0155】

消費者は、広告媒体者から受信したユーザIDと、自分が興味のある商品を身につけ、あるいは所持している広告媒体者のおおよそのプロフィールを検索条件として広告代理ASPサーバ21のロギングサーバ25に送信する（図37、②）。

【0156】

ロギングサーバ25は、消費者から送信されてきた広告媒体者のユーザIDと対象となる広告媒体者（この場合、商品bを所持している広告媒体者）のおおよそのプロフィールをユーザ管理サーバ22に通知する。ユーザ管理サーバ22は、ユーザ個人情報40をユーザIDをキーとして検索し、さらに消費者により指定されたプロフィールに近いプロフィールを有する広告媒体者を検索する。そして、消費者により指定されたプロフィールに近い広告媒体者が存在したなら、そのユーザのユーザ個人情報40に登録されている広告データ（広告URL）を取得してロギングサーバ25に通知する（図37、③）。

【0157】

ロギングサーバ25は、ユーザ管理サーバ22から通知される広告URLをキーとして広告管理サーバ23に登録されている広告データを検索し（図37、④）

）、検索結果を消費者に通知する（図37，⑤）。

【0158】

次に、図38は、第3の実施の形態のログインサーバ25における広告配信処理のフローチャートである。

ログインサーバ25は、消費者から広告条件（広告媒体者が所持または身につけていて、消費者が興味を持った商品の商品種別、色など）と広告媒者のプロフィールとからなる検索条件を受信する（図38，S131）。

【0159】

図39は、上記の広告媒体者のプロフィールを含む検索条件を示す図である。この例では、消費者が興味を持った商品「靴」を履いている広告媒者の性別が「男性」で、年齢がおおよそ「20代」で、身長がおおよそ「170cm」であることが、広告媒体者のプロフィールとして消費者から広告代理ASPサーバ21に送信され、それらの条件が広告媒体者を特定するための検索条件として使用される。

【0160】

図38に戻り、ログインサーバ25は、受信した消費者のユーザIDをキーにして、消費者から通知されてログとして記録されている広告媒体者のID、つまり消費者が広告要求を送信して、その応答として受信した広告媒体者のユーザIDを全て取り出す（S132）。さらに、取り出した広告媒体者のユーザIDにより指定されるプロフィールをユーザ管理サーバ22から取得し、取得したプロフィールと、消費者により指定された対象となる広告媒体者のユーザプロフィールを比較する（S133）。そして、それらのユーザプロフィールが一致または類似しているか否かを判別する（S134）。

【0161】

プロフィールが一致または類似している場合には（S134，YES）、そのユーザIDを広告条件検索用の広告媒体者のユーザIDとして取り出す（S135）。

【0162】

次に、ログに記録されている最後の広告媒体者のプロフィールの比較が終了し

たか否かを判別する（S136）。最後の広告媒体者のプロフィールの比較が終了していなければ（S136, NO）、ステップS133に戻り、ログに記録されている次の広告媒体者のユーザプロフィールと指定されたプロフィールとを比較する。

【0163】

他方、ログに記録されている最後の広告媒体者のプロフィールの比較が終了したときには（S136, YES）、広告条件検索用に取り出した広告媒体者のユーザIDに対応させて記憶されている広告データを、消費者により指定された広告条件で検索する（S137）。

【0164】

次に、指定された広告条件と合致または類似している広告データが、ユーザプロフィールの一致または類似する広告媒体者のユーザ個人情報40に登録されているか否かを判別する（S138）。

【0165】

指定された広告条件と一致または類似する広告データが登録されている場合には（S138, YES）、その広告データを消費者の送信用データに追加する（S139）。

【0166】

次に、最後の広告媒体者の広告データの比較が終了したか、つまりユーザプロフィールの一致した全ての広告媒体者について、それぞれのユーザ個人情報40に登録されている広告データと消費者に指定された検索条件との比較が終了したか否かを判別する（S140）。

【0167】

比較が終了していなければ（S140, NO）、ステップS137に戻り次の広告媒体者のユーザ個人情報40に登録されている広告データを検索する。

他方、消費者から受信し、ユーザプロフィールが一致または類似する全ての広告媒体者の広告データの比較が終了した場合には（S140, YES）、上記の処理で設定した送信用データを消費者に送信する（S141）。

【0168】

なお、ロギングサーバ 2 5 に記録したログ情報を削除する契機としては、①条件に合致する広告が見つかったとき、②ログを登録できる最大データ領域を決めておき、消費者自身が意識的に削除する、または古いログから自動的に削除する、③消費者端末からのログ情報送信時のデータ内にログ開始／停止コマンドをつけ消費者自身がログ開始／停止を指定するなどが挙げられる。上記の方法はログ情報内の広告検索範囲を限定する基準となる。

【 0 1 6 9 】

さらに、ユーザ端末に G P S (Global Positioning System) 装置を内蔵させて、広告要求により取得した広告媒体者のユーザ I D をロギングする際に、タイムスタンプとともに広告媒体者のユーザ I D を取得した位置もロギングすることで所望の商品を身に付けている人を見かけた場所を指定して広告の検索をすることができ、より精度の高い広告の割り出しができるようになる。

【 0 1 7 0 】

また、ユーザが外国人の場合、受信者が予め広告配信・受信プログラムの機能としてオプションで言語選定をできるようにし、広告のオリジナルデータが複数の言語で登録されている場合、広告の表示言語を切り替える。この場合、広告データには言語種別を保持させる。例えば、英語圏の消費者が広告媒体者から日本語の広告を受信したときに、受信者が英語の広告表示を設定していた場合、広告配信・受信プログラムは広告代理 A S P サーバ 2 1 の広告管理サーバ 2 3 にアクセスして該当する広告を検索し、該当する英語版の広告が見つかった場合それを取得して受信者の受信広告を英語版に切り替えるようにしても良い。

【 0 1 7 1 】

第 3 の実施の形態によれば、消費者が興味を持った商品を身につけ、あるいは所持している広告媒体者のプロフィールを指定することで広告媒体者を絞り込むことができる。従って、消費者の広告送信要求に対して多数の広告媒体者からの応答があり、どの広告媒体者が目的とする商品を身につけている人かを特定するのが難しい場合でも、消費者が知りたい商品の広告を提供している広告媒体者を的確に選び出すことができる。

【 0 1 7 2 】

次に、図 4 0 は、上述した広告提供システムを実現するプログラムを、CD-ROM、フロッピーディスク等の可搬記録媒体 1 1 1、あるいはプログラム提供者の有する記憶装置に 1 1 2 記憶しておいて、そのプログラムを広告代理 A S P サーバ 2 1、携帯端末装置 2 6、2 7 等の情報処理装置 1 1 3 にダウンロードして実行する場合の説明図である。

【0 1 7 3】

広告提供プログラムが CD-ROM、フロッピーディスク等の可搬記録媒体 1 1 1 に記録されている場合には、その可搬記録媒体 1 1 1 を情報処理装置 1 1 3 のドライブ装置に挿入してプログラムを読み取り、読み取ったプログラムを R A M、ハードディスク等の記憶装置 1 1 4 に格納してプログラムを実行する。また、プログラム提供者から通信回線を介してプログラムが提供される場合には、プログラム提供者の記憶装置 1 1 2、メモリ等に格納されているプログラムを通信回線を介して情報処理装置で受信し、受信したプログラムを R A M、ハードディスク等の記憶装置に格納して実行する。なお、可搬記録媒体 1 1 1 に記録するプログラムは、実施の形態で述べたプログラムの一部の機能を有するものであっても良く、例えば、広告代理 A S P サーバ 2 1 の機能の一部を実現するプログラムを記憶した物でも良い。

【0 1 7 4】

上述した実施の形態では、広告媒体者携帯端末装置 2 6 に商品の広告情報が提供されるウェブサイトの URL 等を広告データとして記憶しておいて、広告の配信を要求した消費者携帯端末装置 2 7 にその URL を送信するようにしたが、広告媒体者携帯端末装置 2 6 に商品の広告データを全て記憶しておいて、広告媒体者携帯端末装置 2 6 から直接消費者携帯端末装置 2 7 に全ての広告データを配信するようにしても良い。その場合、複数の広告媒体者携帯端末装置 2 6 から受信した広告データの中から消費者どの広告データを閲覧したかは、例えば、その広告データの保存操作を行ったとき、あるいは関連する他の広告データの検索を行ったときに、消費者携帯端末装置 2 7 の受信・配信プログラムが、広告代理 A S P サーバ 2 1 にその広告データを配信した広告媒体者のユーザ I D を通知して該当する広告媒体者にポイントを付与すれば良い。

【 0 1 7 5 】

また、実施の形態の広告提供システムは、A S Pサーバ2 1が広告データの管理、ユーザの登録等を行う場合について説明したが、本発明は、A S Pを利用するシステムに限定されない。広告提供システムの構成は、どのような物であっても良い。

【 0 1 7 6 】

さらに、上述した実施の形態は、広告媒体者携帯端末装置2 6と消費者携帯端末装置2 7との通信をbluetooth等により行っているが、通信方法はこれに限定されない。一定の受信エリア内で通信を行える方法であればどのような通信方法でも良い。

（付記1）広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を携帯端末装置に記憶し、広告情報の送信要求を受信したとき、記憶してある広告情報を無線信号により送信することを特徴とする広告提供方法。

（付記2）前記広告情報は、商品の広告情報が提供されるサーバのネットワーク上の位置を指定する情報を含むことを特徴とする付記1記載の広告提供方法。

（付記3）無線信号送受信手段と、広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を記憶する記憶手段と、広告情報の送信要求を受信したとき、前記記憶手段に記憶してある広告情報を前記無線信号送受信手段から送信させる制御手段とを備える携帯端末装置。

（付記4）広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を携帯端末装置に記憶させる機能と、広告情報の送信要求を受信したとき、記憶してある広告情報を無線信号により送信させる機能とを実現するコンピュータ実行可能なプログラム。

（付記5）広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を携帯端末装置に記憶させる機能と、広告情報の送信要求を受信したとき、記憶してある広告情報を無線信号により送信させる機能とを実現するプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

（付記6）広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に対して広告情報の送信を要求し、前記広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる前記広告媒体者が身につけ

または所持している商品の広告情報を受信し、受信した広告情報を表示させることを特徴とする広告取得方法。

（付記 7）対象となる広告媒体者が無線信号の受信可能範囲内にいる状態で広告の送信要求を複数回行ったときに、広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる広告媒体者のユーザ指定情報を複数回受信し、該受信したユーザ指定情報により広告媒体者を絞り込むことを特徴とする付記 6 記載の広告取得方法。

（付記 8）複数の広告媒体者から受信したユーザ指定情報と、広告を取得すべき商品を身につけた広告媒体者のプロフィールを指定して広告情報の閲覧を要求することを特徴とする付記 6 または 7 記載の広告取得方法。

（付記 9）無線信号送受信手段と、広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に対して広告情報の送信を要求する広告要求手段と、前記広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる前記広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を前記無線信号送受信手段により受信させ、受信した広告情報を表示させる制御手段とを備えることを特徴とする携帯端末装置。

（付記 1 0）広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に対して広告情報の送信を要求させる機能と、前記広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる前記広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を受信させ、受信した広告情報を表示させる機能とを実現するコンピュータ実行可能なプログラム。

（付記 1 1）広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に対して広告情報の送信を要求させる機能と、前記広告媒体者携帯端末装置から送信されてくる前記広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を受信させ、受信した広告情報を表示させる機能とを実現するプログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

（付記 1 2）前記携帯端末装置（広告媒体者携帯端末装置または消費者携帯端末装置）は、携帯電話網の無線基地局との間で無線通信を行う機能と、前記携帯端末装置間で無線通信を行う機能を有することを特徴とする付記 1 ～ 1 1 のいずれか 1 つに記載の広告提供方法、広告取得方法、携帯端末装置、プログラムまたは記録媒体。

（付記 1 3）複数の広告情報を記憶し、広告媒体者のユーザ登録を受け付け、前

記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告情報を配信し、前記広告媒体者携帯端末装置から消費者携帯端末装置に送信された広告情報に基づいて広告の閲覧要求があったとき、該当する広告を検索して前記消費者携帯端末装置に配信する広告配信方法。

（付記 1 4）複数の広告情報を記憶させる機能と、広告媒体者のユーザ登録を受け付ける機能と、前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告情報を配信させる機能と、前記広告媒体者携帯端末装置から消費者携帯端末装置に送信された広告情報に基づいて広告の閲覧要求があったとき、該当する広告を検索して前記消費者携帯端末装置に配信させる機能とを実現するコンピュータ実行可能なプログラム。

（付記 1 5）複数の広告情報を記憶し、広告媒体者から要求された商品の広告情報を携帯端末装置に配信し、広告媒体者の携帯端末装置から消費者の携帯端末装置に送信された広告情報を契機として該広告情報を受信した消費者が広告を閲覧または商品を購入したとき、前記広告情報を提供した広告媒体者に広告報酬を与えることを特徴とする広告配信方法。

（付記 1 6）複数の広告情報を記憶し、広告媒体者のユーザ登録を受け付け、前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告情報を配信し、広告媒体者携帯端末装置と消費者携帯端末装置間で広告情報の送信を要求する機能または広告情報の送信機能を実現するプログラムを、前記広告媒体者携帯端末装置または消費者携帯端末装置に配信することを特徴とする広告配信方法。

（付記 1 7）複数の広告情報を記憶し、広告媒体者のユーザ登録を受け付け、前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者携帯端末装置に商品の広告情報を配信し、消費者携帯端末装置から広告情報と前記広告媒体者を指定するためのユーザ指定情報とを指定して広告の閲覧要求があったとき、該当する広告を検索して前記消費者携帯端末装置に配信する広告配信方法。

（付記 1 8）複数の広告情報を記憶し、広告媒体者のユーザ登録を受け付け、消費者端末装置から広告媒体者のユーザ指定情報と商品の検索条件とを含む閲覧要求を受信したとき、該要求に基づいて該当する商品の広告情報を検索し、検索に

より得られた広告情報を前記消費者携帯端末装置に配信する広告配信方法。

（付記 1 9）複数の広告情報を記憶し、前記広告媒体者のユーザ登録を受け付け、前記ユーザ登録を行った広告媒体者のユーザ指定情報とプロフィールと該広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を指定する広告指定情報とを記憶し、消費者携帯端末装置から広告の前記広告媒体者のユーザ指定情報と消費者により指定された広告媒体者のプロフィールとを含む閲覧要求があったとき、該要求に基づいて、登録した広告媒体者に関する情報からプロフィールの一致または類似する広告媒体者を検索し、該広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告を前記消費者携帯端末装置に配信する広告配信方法。

（付記 2 0）複数の広告情報を記憶する広告記憶し、広告媒体者及び消費者のユーザ登録を受け付け、ユーザ登録を行った広告媒体者のユーザ指定情報と広告媒体者が身につけまたは所持している商品を指定する商品指定情報及びユーザ登録を行った消費者のユーザ指定情報と消費者のプロフィールを記憶し、消費者携帯端末装置から広告の閲覧要求があったとき、前記広告媒体者のユーザ指定情報に対応づけられている該広告媒体者が身につけまたは所持している商品を指定する商品指定情報と、前記消費者のユーザ指定情報に対応づけられている該消費者のプロフィールとを検索し、検索結果に基づいて消費者のプロフィールに合う商品の広告情報を取得し、取得した広告情報を前記消費者携帯端末装置に配信する広告配信方法。

（付記 2 1）消費者から指定された広告媒体者のプロフィールと一致または類似するプロフィールを検索し、プロフィールの一致または類似する広告媒体者に対応づけて記憶されている広告指定情報を取得し、得られた広告指定情報により指定される広告情報を検索し、取得した広告情報を前記消費者携帯端末装置に配信する付記 1 9 記載の広告配信方法。

（付記 2 2）前記ユーザ情報は、ユーザ指定情報と、広告の配信の可否を指定する情報と、配信期限と、広告情報のアクセス先を指定する情報とからなることを特徴とする付記 1 8、1 9、2 0 または 2 1 に記載の広告配信方法。

（付記 2 3）複数の広告情報を記憶する広告記憶手段と、広告媒体者のユーザ登録を受け付ける登録手段と、前記ユーザ登録の行われた広告媒体者の広告媒体者

携帯端末装置に商品の広告情報を配信する広告配信手段と、消費者携帯端末装置から広告情報を指定して広告の閲覧要求があったとき、該当する広告を前記広告記憶手段から検索して前記消費者携帯端末装置に送信させる検索手段とを有する広告配信装置。

（付記 2 4）複数の広告情報を記憶する広告記憶手段と、広告媒体者のユーザ登録を受け付ける登録手段と、前記ユーザ登録を行った広告媒体者のユーザ指定情報とプロフィールと該広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告情報を指定する広告指定情報とを記憶するユーザ情報記憶手段と、消費者携帯端末装置から前記広告媒体者のユーザ指定情報と消費者により指定された広告媒体者のプロフィールとを含む閲覧要求があったとき、該要求に基づいて、登録した広告媒体者に関する情報からプロフィールの一致または類似する広告媒体者を検索し、該広告媒体者が身につけまたは所持している商品の広告を前記消費者携帯端末装置に送信する検索手段とを備える広告配信装置。

【 0 1 7 7 】

【発明の効果】

本発明によれば、商品に興味を持った消費者が、ほしいと思ったときにその商品の情報、広告等を即時に入手することができる。また、店に陳列されている状態ではなく、実際に他の人が身につけている状態、あるいは所持している状態を見て、商品の質感、色、見栄え等を確認できるので、その商品が自分に合うかどうかをよりの確に判断できる。また、販売者の立場から見ると、従来は消費者が購入のための行動（カタログを請求する、店舗・ECサイトへ来店するなど）を起こさないと販売ができなかったが、消費者が積極的に店舗を訪れなくとも、消費者に商品の広告を提供することができ、かつ消費者が興味を持ったときに即時に広告を提供できるので、販売機会を逃がすことがなく販売効率を高めることができる。さらに、消費者が広告を閲覧、あるいは商品を購入する契機となった情報を提供した広告媒体者を特定することができるので、広告効果に見合った報酬を広告媒体者に支払うことが可能となる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

発明の説明図である。

【図 2】

消費者と広告媒体者間の広告配信の説明図である。

【図 3】

実施の形態の広告提供システムの構成を示す図である。

【図 4】

携帯端末装置の構成を示す図である。

【図 5】

ユーザ管理サーバの構成を示す図である。

【図 6】

ユーザ個人情報の構成を示す図である。

【図 7】

広告管理サーバの構成を示す図である。

【図 8】

広告管理情報の構成を示す図である。

【図 9】

販売管理サーバの構成を示す図である。

【図 1 0】

商品管理情報の構成を示す図である。

【図 1 1】

ログインサーバの構成を示す図である。

【図 1 2】

販売者が広告依頼を行う場合の説明図である。

【図 1 3】

広告代理 A S P サーバと別に広告管理サーバを設ける場合の説明図である。

【図 1 4】

ユーザ管理サーバにユーザ登録する手順の説明図である。

【図 1 5】

ユーザ管理サーバのユーザ登録処理のフローチャートである。

【図 1 6】

広告媒体者が広告データを取得する手順の説明図である。

【図 1 7】

広告媒体者携帯端末装置における広告データを取得する処理のフローチャートである。

【図 1 8】

広告管理サーバにおける広告データ配信処理のフローチャートである。

【図 1 9】

図 1 9 (A)、(B) は、応答データの一例を示す図である。

【図 2 0】

広告管理表の一例を示す図である。

【図 2 1】

配信者のローカルな宣伝を配信する場合の広告管理表を示す図である。

【図 2 2】

広告媒体者携帯端末装置における広告データ更新処理のフローチャートである。

【図 2 3】

消費者が広告を閲覧する際の手順の説明図である。

【図 2 4】

消費者携帯端末装置における広告データの送信要求処理のフローチャートである。

【図 2 5】

広告媒体者携帯端末装置における広告データの配信処理のフローチャートである。

【図 2 6】

広告媒体者のユーザ ID と検索条件に基づいて広告データを消費者に送信する場合の説明図である。

【図 2 7】

消費者のプロファイルに基づいて最適な広告データを消費者に送信する場合の

説明図である。

【図 2 8】

広告媒体者のユーザ I D と消費者が指定する検索条件に基づく検索処理のフローチャートである。

【図 2 9】

消費者のプロファイルに基づいて最適な広告データを消費者に送信する処理のフローチャートである。

【図 3 0】

同図 (A) ～ (D) は、ユーザプロファイルと検索条件を示す図である。

【図 3 1】

消費者携帯端末装置のメニュー画面を示す図である。

【図 3 2】

消費者が広告を閲覧したとき広告媒体者にポイントを付与する場合の説明図である。

【図 3 3】

消費者が来店したとき広告媒体者にポイントが付与される場合の説明図である。

【図 3 4】

ポイント管理部のポイント付加処理のフローチャートである。

【図 3 5】

消費者のプロファイルに基づいて広告データを提供する場合のシーケンスを示す図である。

【図 3 6】

第 2 の実施の形態の広告媒体者の絞り込みのフローチャートである。

【図 3 7】

第 3 の実施の形態の広告閲覧手順の説明図である。

【図 3 8】

第 3 の実施の形態の広告配信処理のフローチャートである。

【図 3 9】

広告媒体者のプロフィールを含む検索条件を示す図である。

【図 4 0】

記録媒体の説明図である。

【符号の説明】

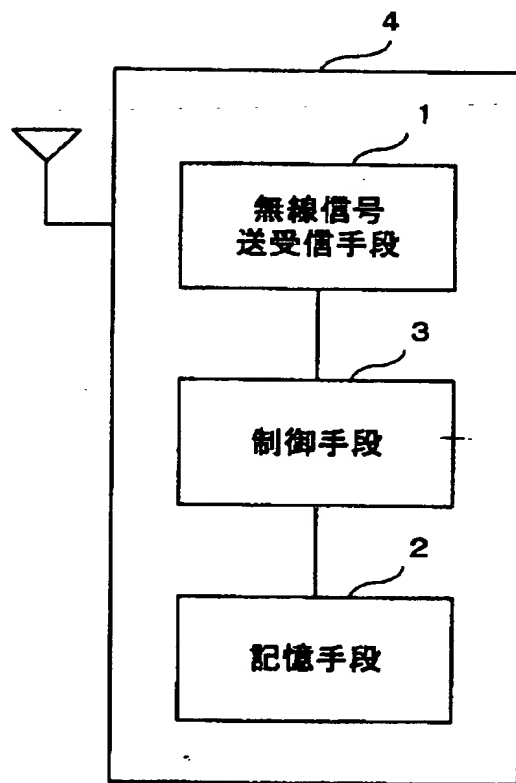
- 1 無線信号送受信手段
- 2 制御手段
- 3 記憶手段
- 4 携帯端末装置
- 2 1 広告代理 A S P サーバ
- 2 2 ユーザ管理サーバ
- 2 3 広告管理サーバ
- 2 4 販売管理サーバ
- 2 5 ログインサーバ
- 2 6 広告媒体者携帯端末装置
- 2 7 消費者携帯端末装置
- 2 8 ネットワーク
- 2 9 販売者／メーカーシステム装置

【書類名】

図面

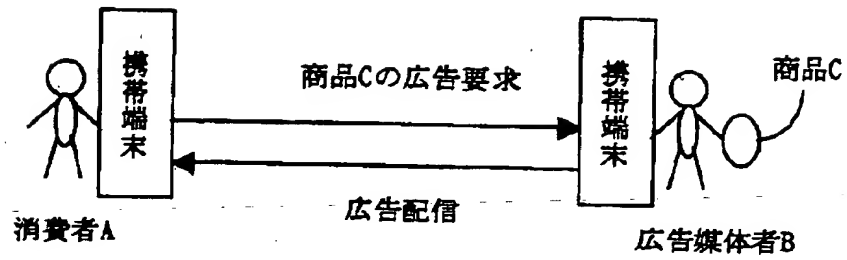
【図 1】

発明の説明図



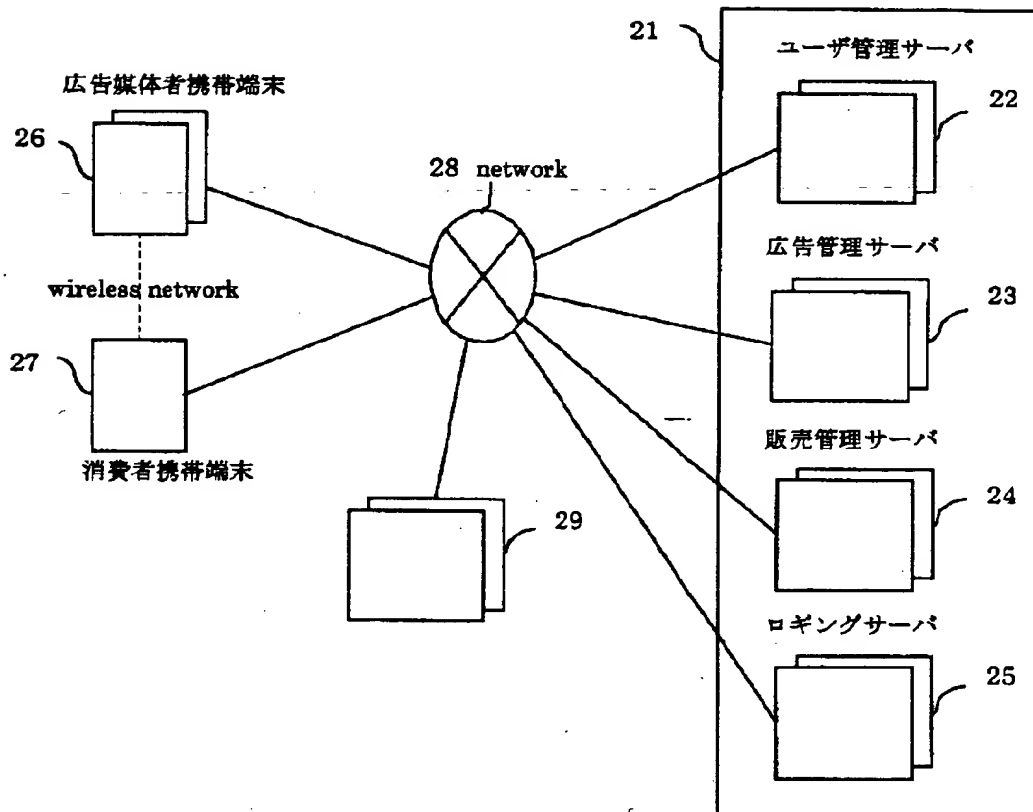
【図 2】

消費者と広告媒体者間の広告配信の説明図



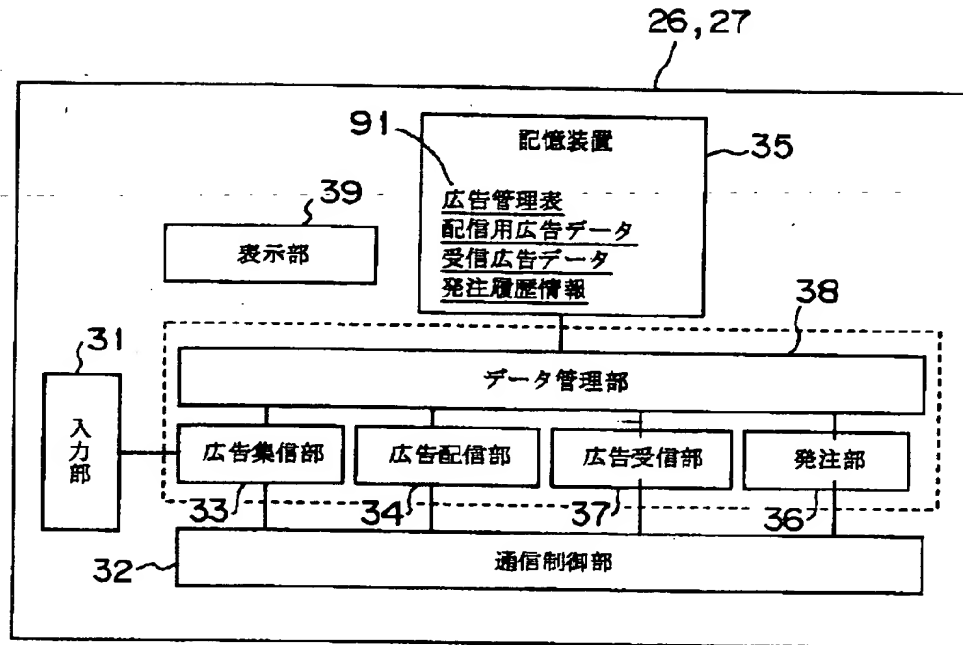
【図3】

実施の形態の広告提供システムの構成を示す図



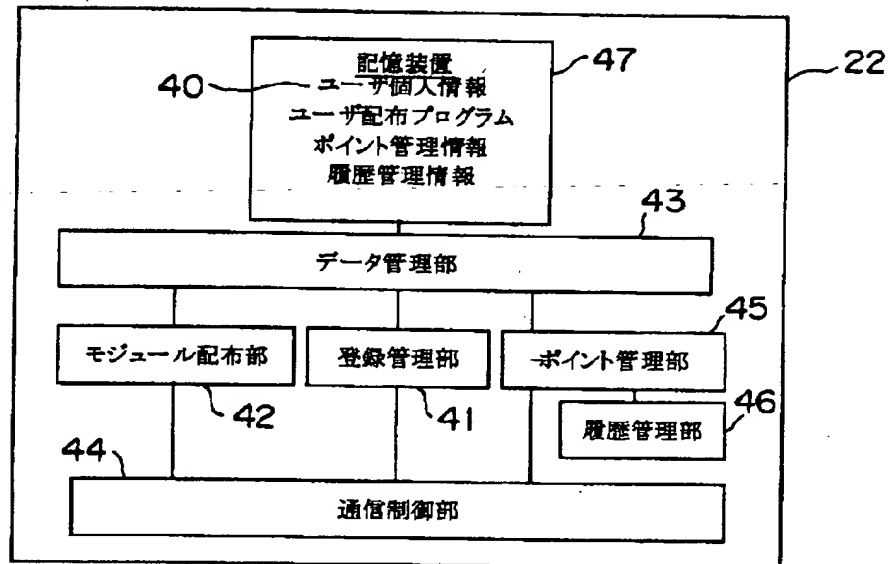
【図4】

携帯端末装置の構成を示す図



【図5】

ユーザ管理サーバの構成を示す図



【図 6】

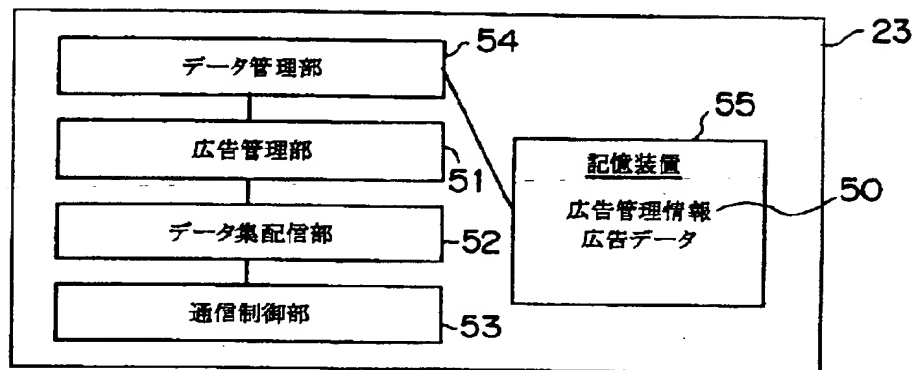
ユーザ個人情報のデータ構成を示す図

40

ユーザ ID	蓄積ポイント	氏名	年齢	性別	住所	Email	電話番号	口座番号
u1001	30	香川隆	25	男	兵庫県神戸市中央区 港島中町 1-2-3	tkagawa@ke l.ne.jp	090-24 89-329 8	1234-5 678
u2002	50	三山雪絵	23	女	兵庫県神戸市中央区 加納町 3-2-1	yamiyama@ke l.or.jp	090-97 49-831 1	2345-6 789
...	...							

【図 7】

広告管理サーバの構成を示す図



【図 8】

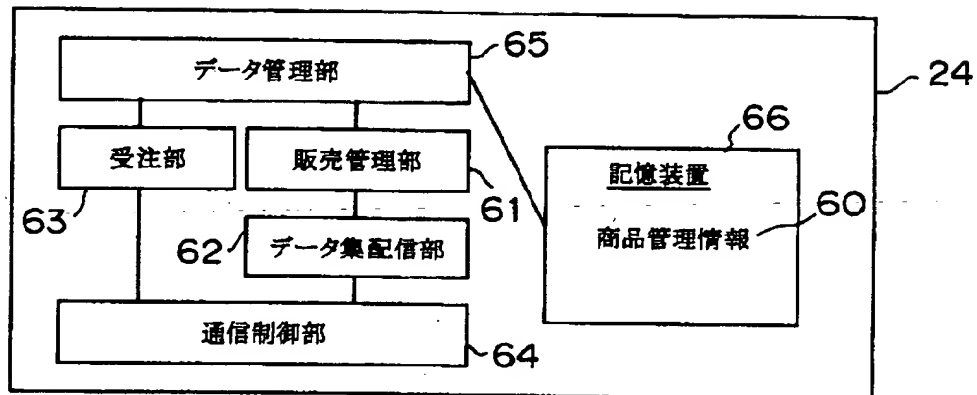
広告管理情報のデータ構成を示す図

50

商品コード	広告データ	登録日	広告期限	配布先ユーザ IDリスト
00210508	赤ターボネットメーカーの画像 + http://system.asp/00210508.htm	2000/10/1	2001/01/25	u1001 u3007 u4002 ...
00210607	“カラー色文短ハ・ソウ” + http://system.asp/00210607.htm	2000/10/10	2001/01/31	u1001 u1002 u5006 ...
...

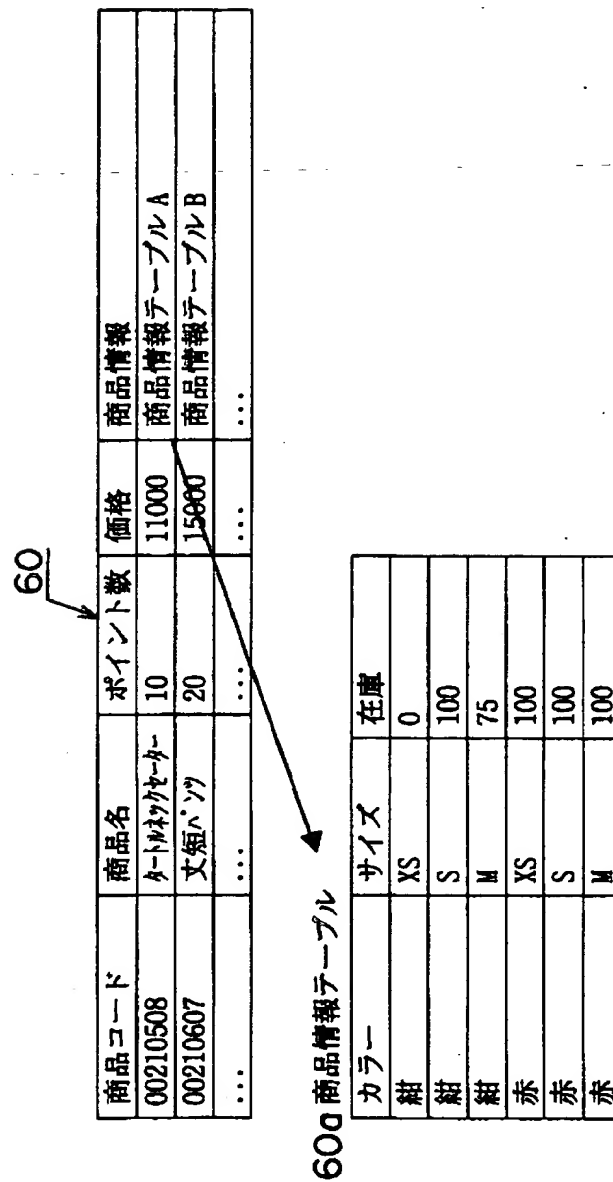
【図9】

販売管理サーバの構成を示す図



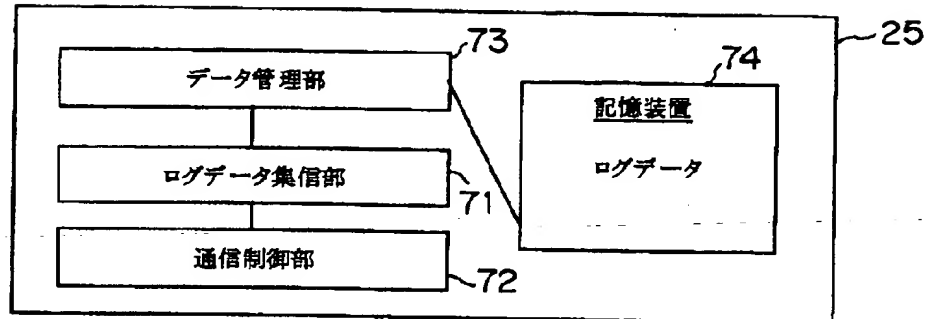
【図 10】

商品管理情報の構成を示す図



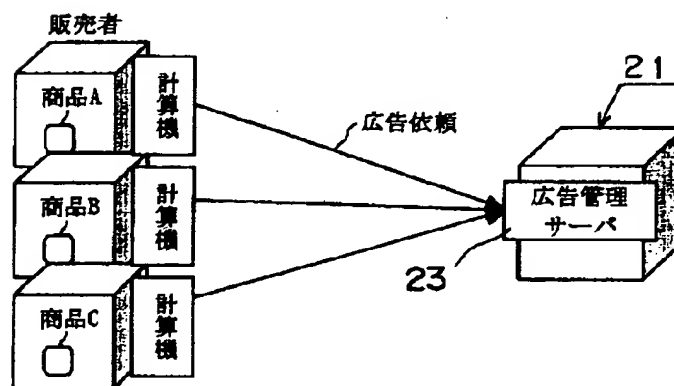
【図11】

ロギングサーバの構成を示す図



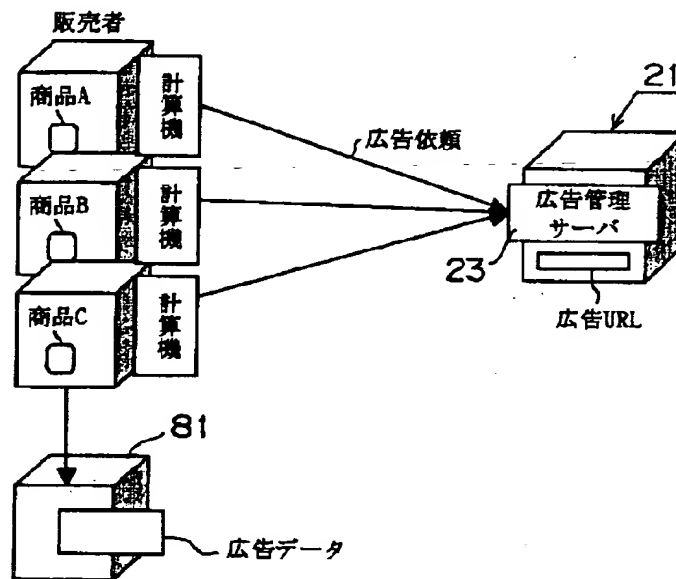
【図12】

販売者が広告依頼を行う場合の説明図



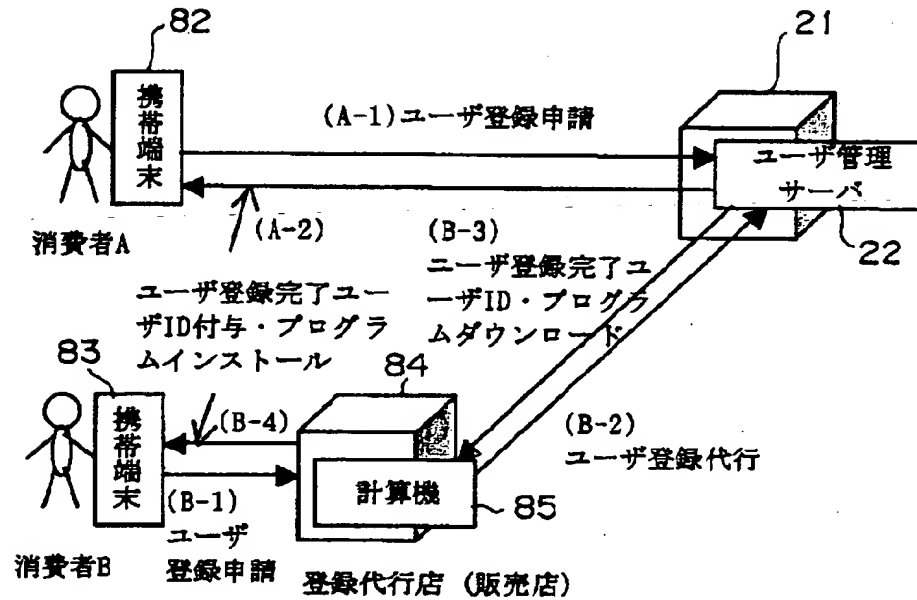
【図13】

広告代理ASPサーバと別に広告管理サーバを
設ける場合の説明図



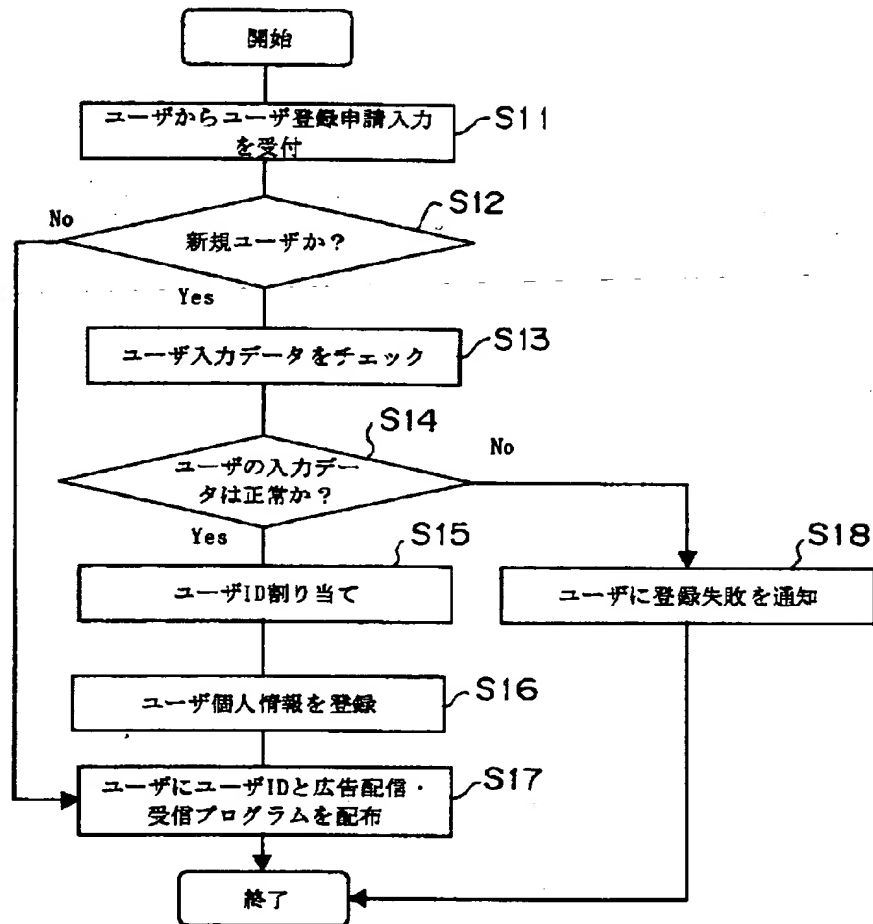
【図 14】

ユーザ管理サーバにユーザ登録する手順の説明図



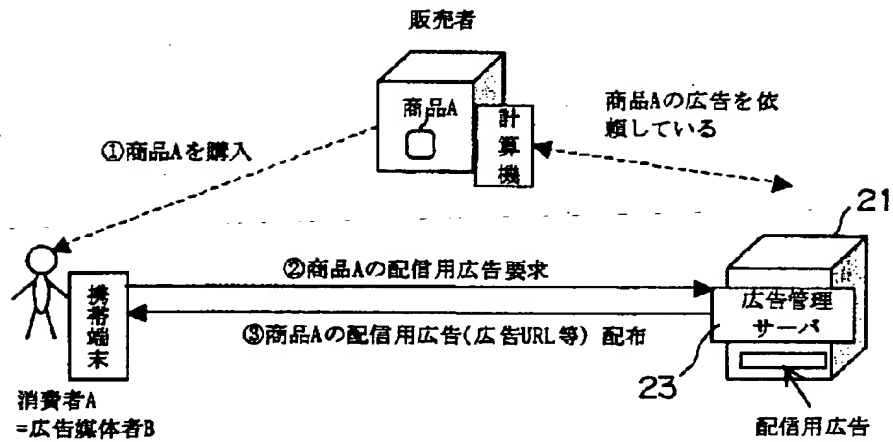
【図15】

ユーザ管理サーバのユーザ登録処理のフローチャート



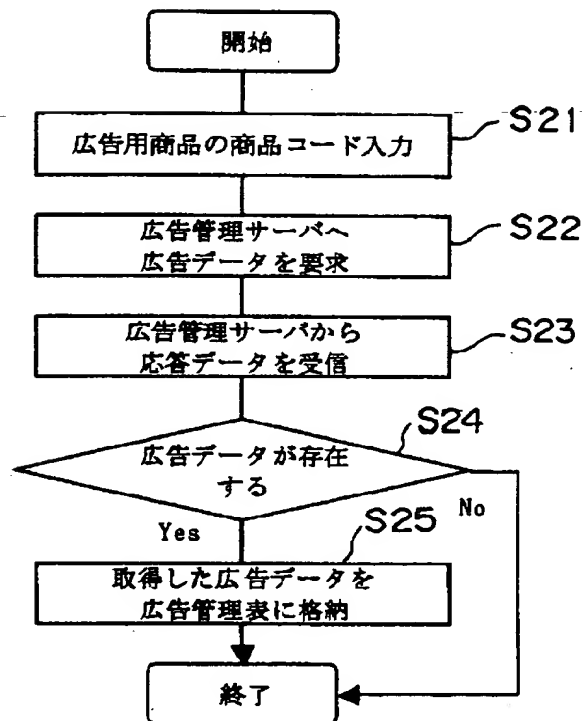
【図16】

広告媒体者が広告データを取得する手順の説明図



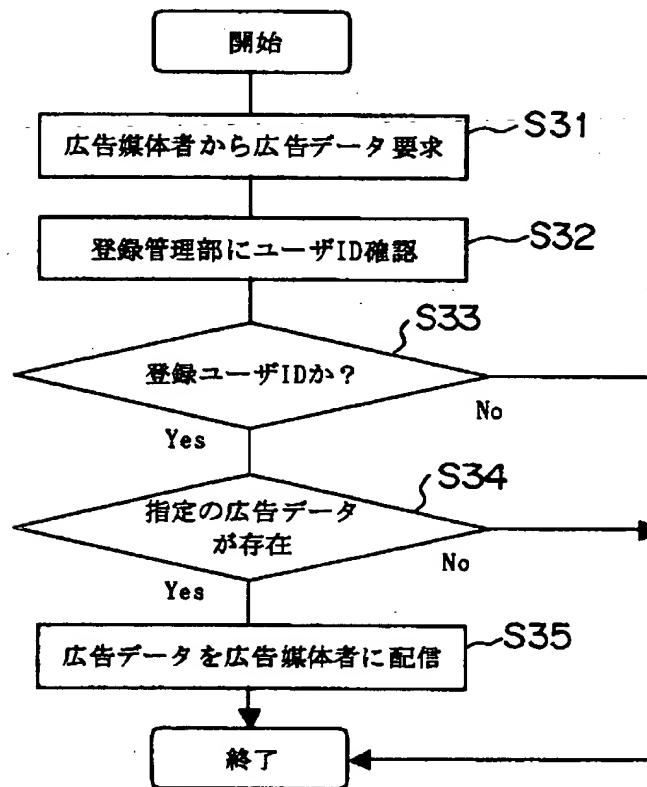
【図 17】

広告媒体者携帯端末における広告データを
取得する処理のフローチャート



【図18】

広告管理サーバにおける広告データ
配信処理のフローチャート



【図 19】

応答データの一例を示す図

エラーフラグ	言語 種別	広告 URL	広告情報
0 (データあり)	jp	http://system.asp/u1001/00210508.htm	赤ターゲットネックセーターの画像

(A)

エラーフラグ
1 (データなし)

(B)

【図 20】

広告管理表の一例を示す図

商品コード	商品 種別	配信 フラグ	登録 日時	配信 期限	広告データ
00210508	ニット	可	2000 /12/ 1	2001 /01/ 25	赤ターゲットネックセーターの画像 + http://system.asp/u1001/00210508.htm
00210607	ハンカ	不可	2000 /12/ 10	2001 /01/ 31	“カーキ色丈短ハンカ” + http://system.asp/u1001/00210607.htm
...

91

【図 21】

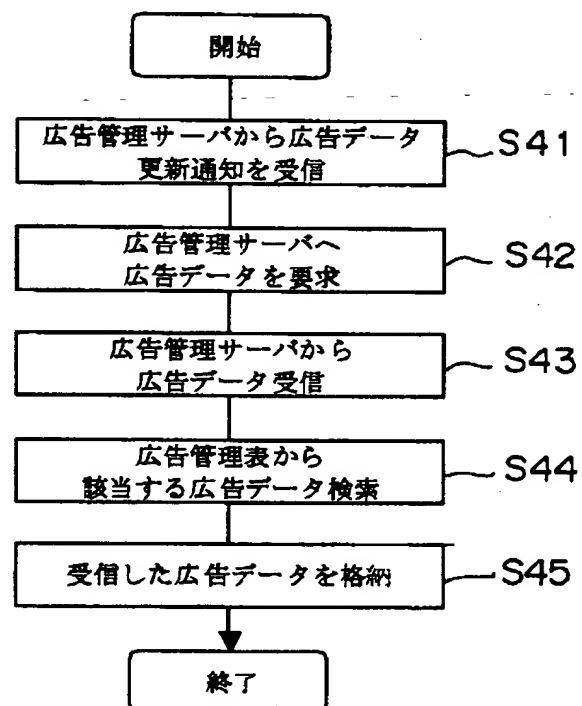
配信者のローカルな宣伝を配信する場合の広告管理表を示す図

91

商品コード	商品種別	配信 フラグ	登録 日時	配信 期限	広告データ
local	ライブ	可	2001 /02/ 1	2001/ 02/15	“2/15・ホールでライブをします” + 紹介 URL http://system.asp/u1001/live.htm
local	自己紹介	不可	2000 /12/ 10	2001/ 03/31	“私のホームページはここ” + http://system.asp/u1001/my.htm
...

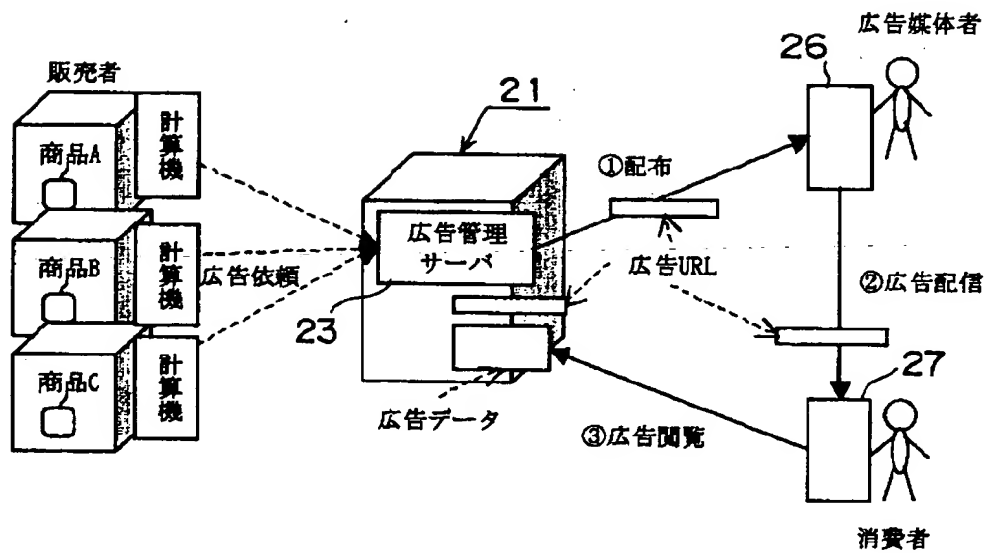
【図 2 2】

広告媒体者携帯端末における
広告データ更新処理のフローチャート

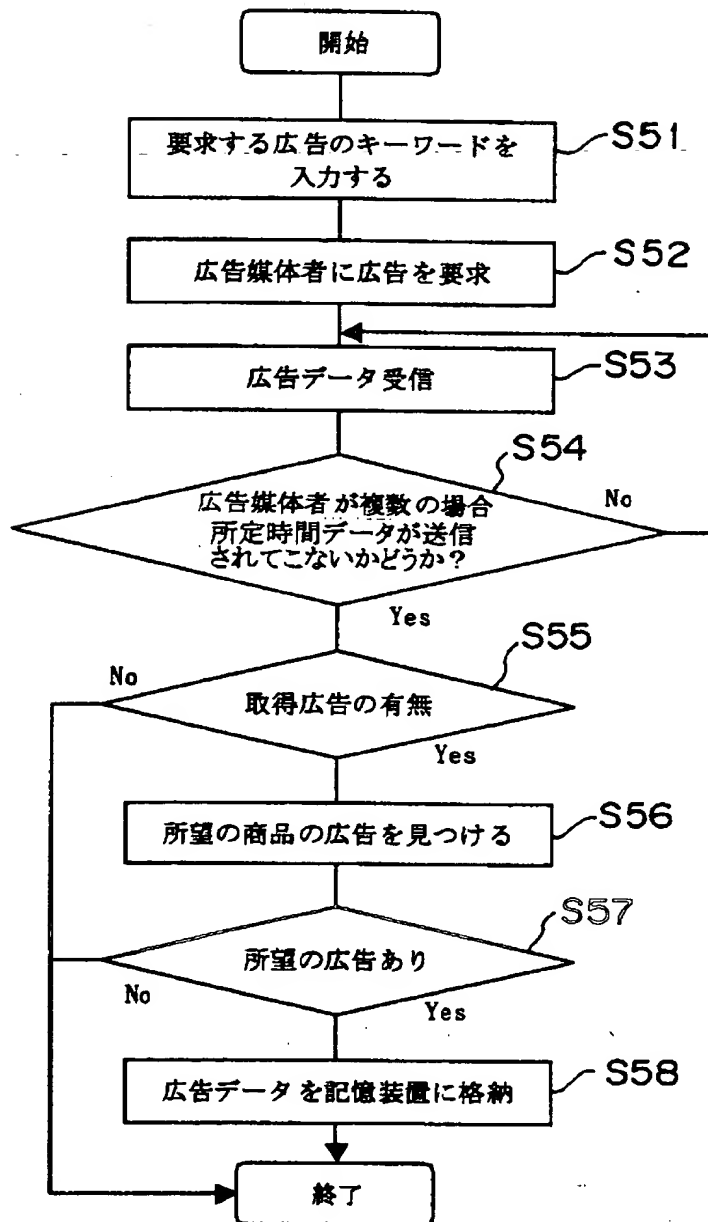


【図 23】

消費者が広告を閲覧する際の手順の説明図

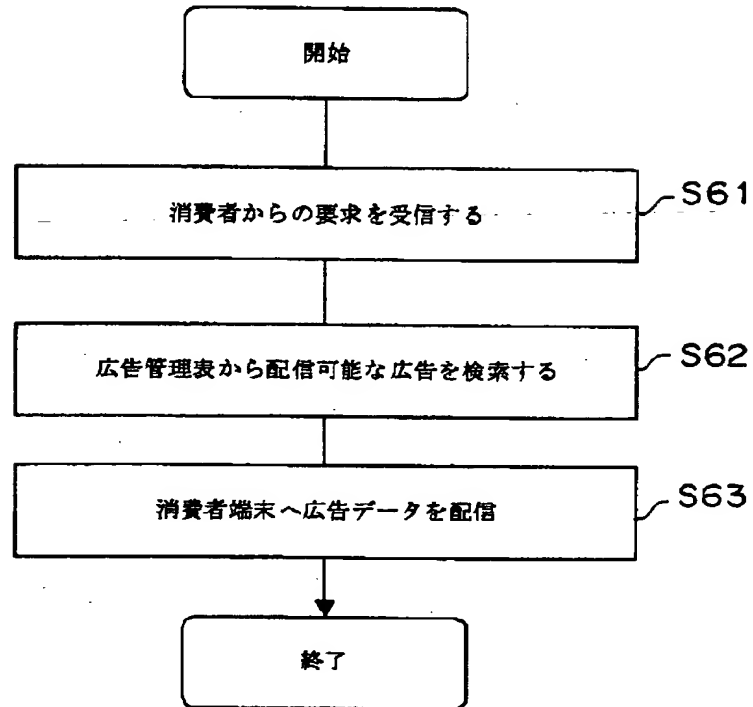


【図 2 4】

消費者携帯端末における広告データの
送信要求処理のフローチャート

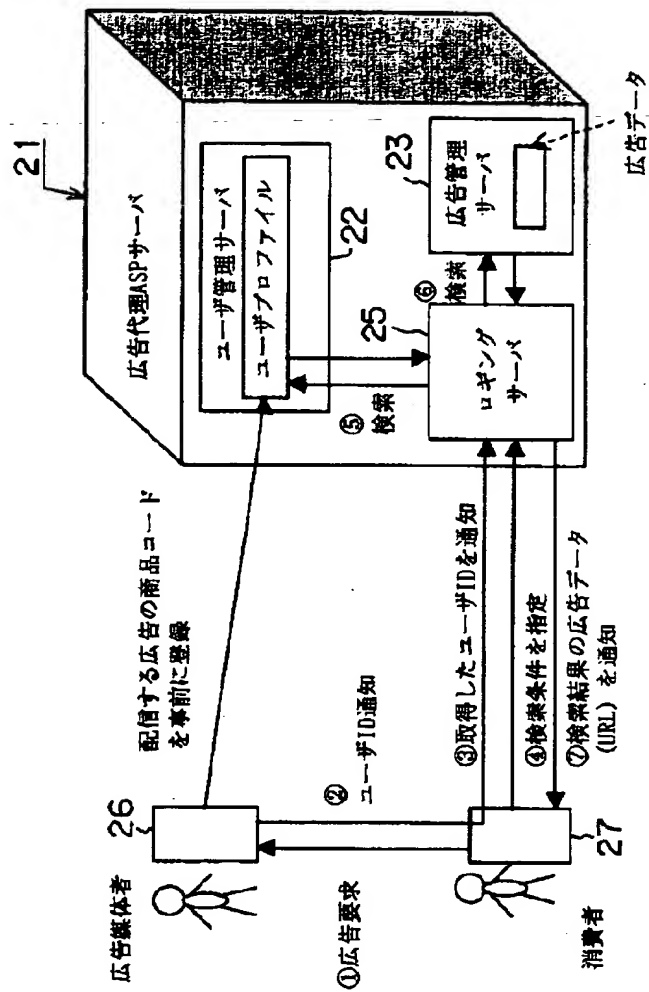
【図 2 5】

広告媒体者携帯端末における広告データの
配信処理のフローチャート



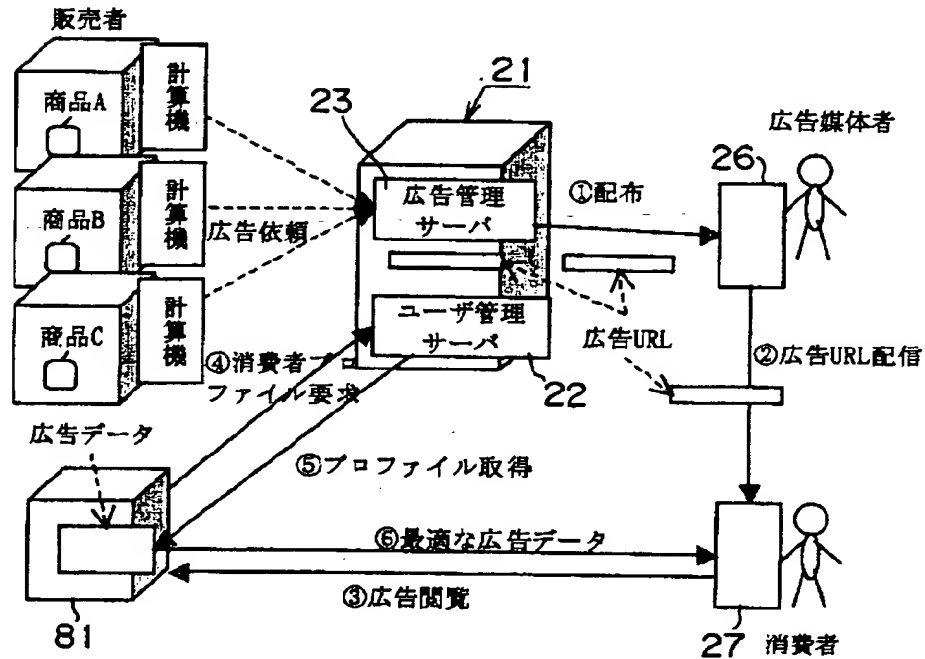
【図 26】

広告媒体者のユーザIDと検索条件に基づいて
広告データを消費者に送信する場合の説明図



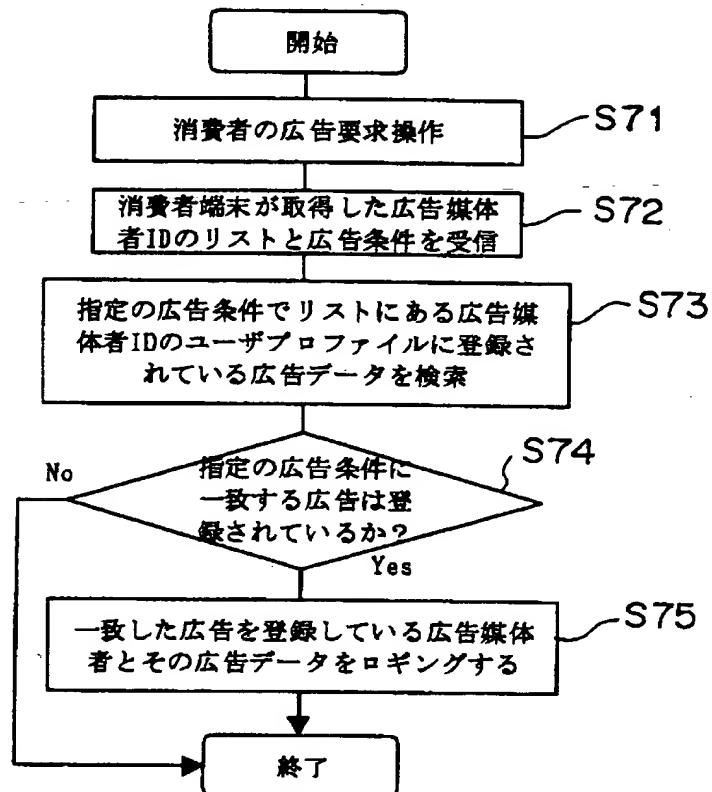
【図 27】

消費者のプロファイルに基づいて最適な
広告データを消費者に送信する場合の説明図



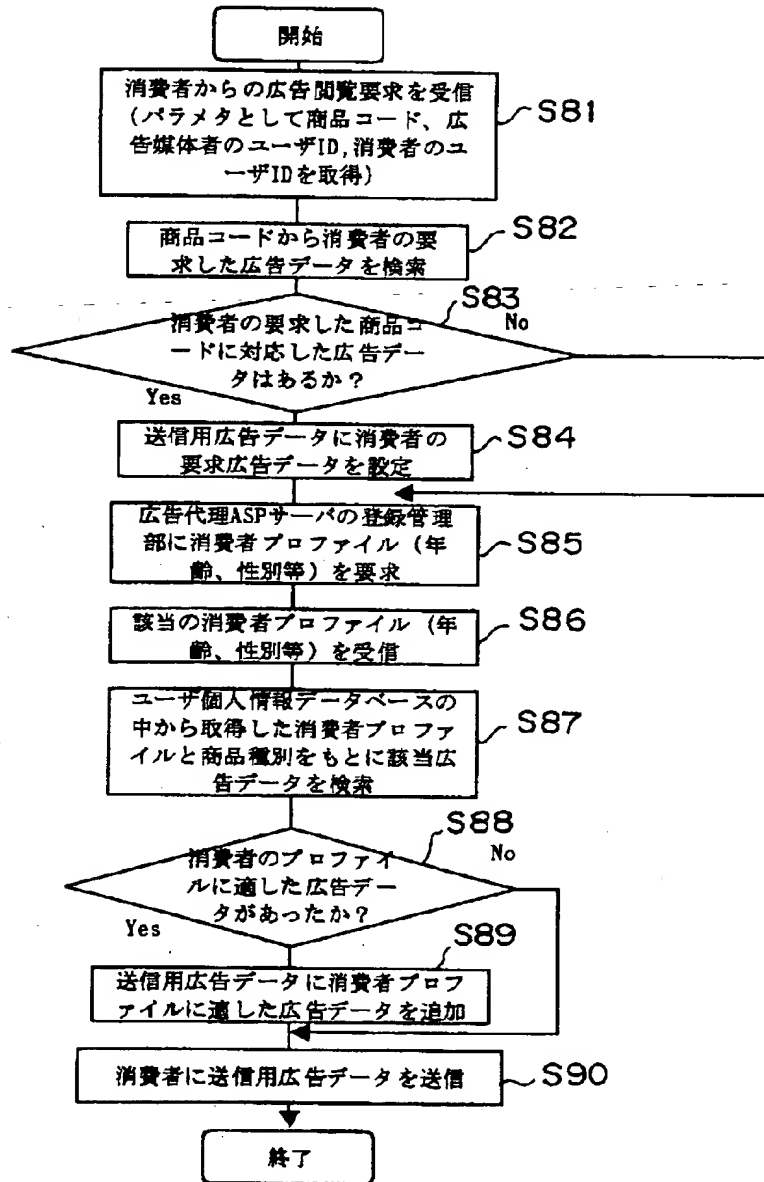
【図28】

広告媒体者のユーザIDと消費者が指定する
検索条件に基づく検索処理のフローチャート



【図 29】

消費者のプロファイルに基づいて最適な
広告データを消費者に送信する処理のフローチャート



【図30】

ユーザプロフィールと検索条件を示す図

ユーザ ID	蓄積ポイント	氏名	年齢	性別	住所	Email	電話番号	口座番号	配信中広告商品情報 (商品コード)
u1001	30	香川 隆	25	男	兵庫県神戸市中央区港島中町1-2-3	tkagawa@kel.ne.jp	090-2489-3298	1234-5678	00210508 00210607

(A)

商品種別:	靴
-------	---

(B)

商品種別:	靴
自分のユーザ ID:	u2002
取得した広告媒体者 ID のリスト:	u1001
	u2756
	u3897
	u4998
	...

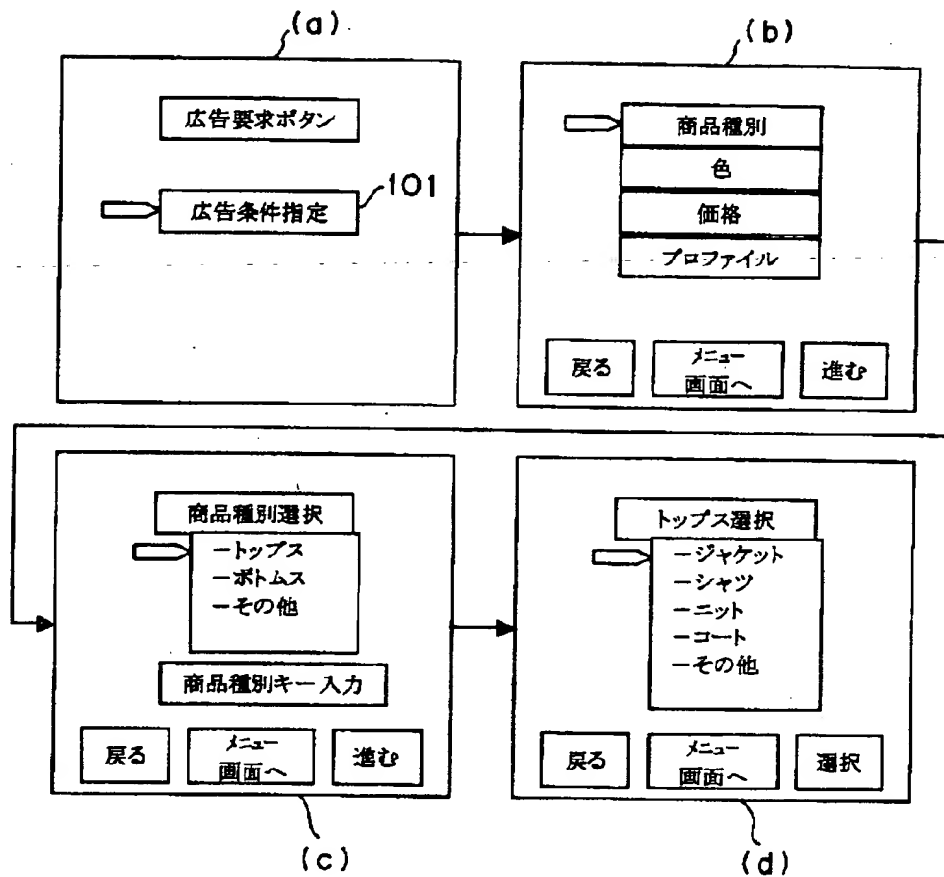
(C)

商品種別:	靴
色:	茶色
価格:	¥5,000~¥15,000

(D)

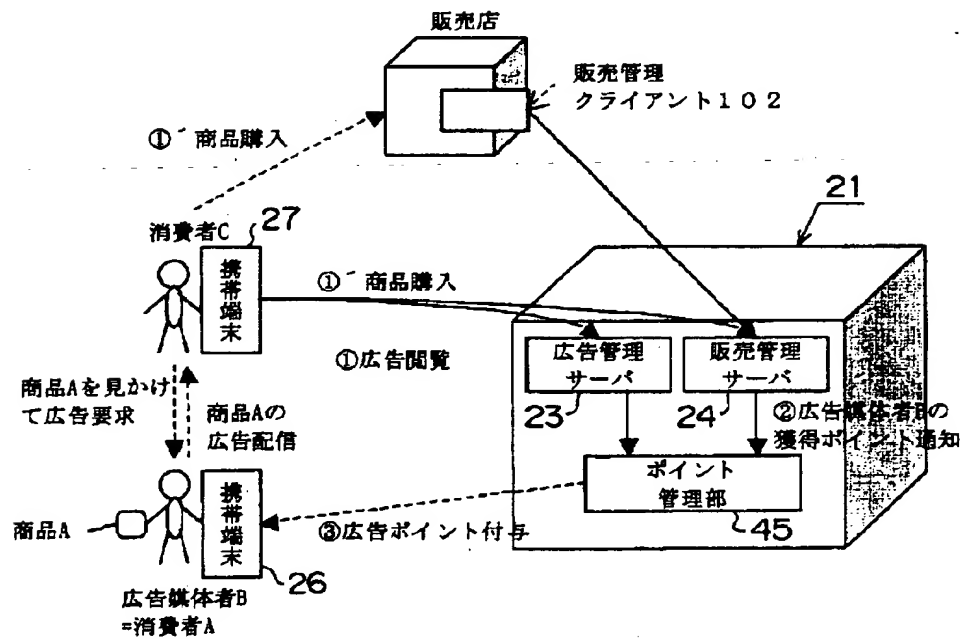
【図 3 1】

消費者携帯端末装置のメニュー画面を示す図



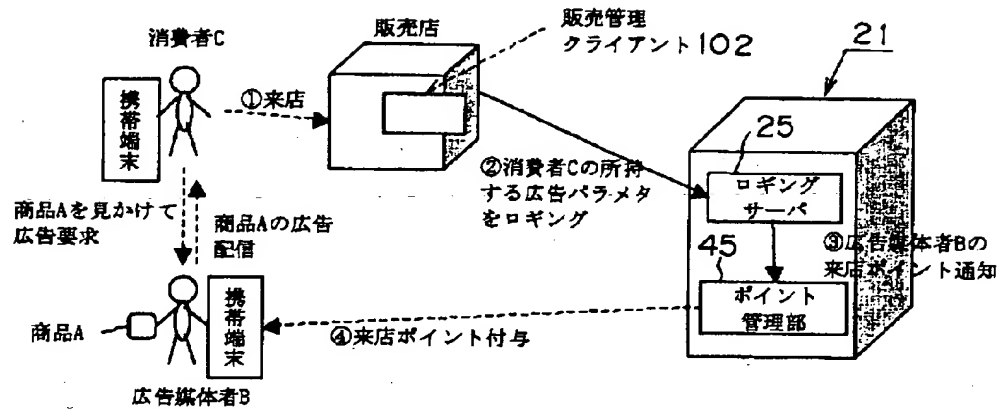
【図 3 2】

消費者が広告を閲覧したとき広告媒体者に
ポイントを付与する場合の説明図



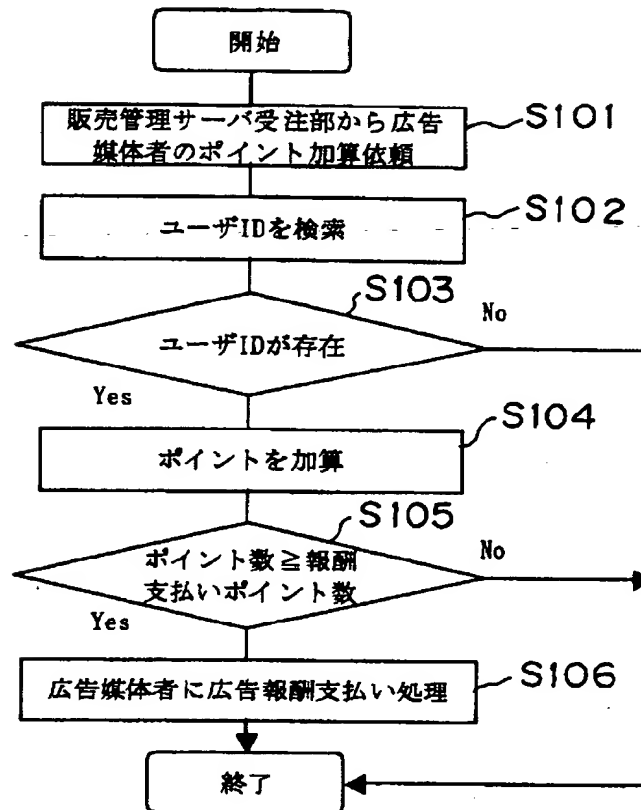
【図 33】

消費者が来店したとき広告媒体者にポイントが付与される
場合の説明図



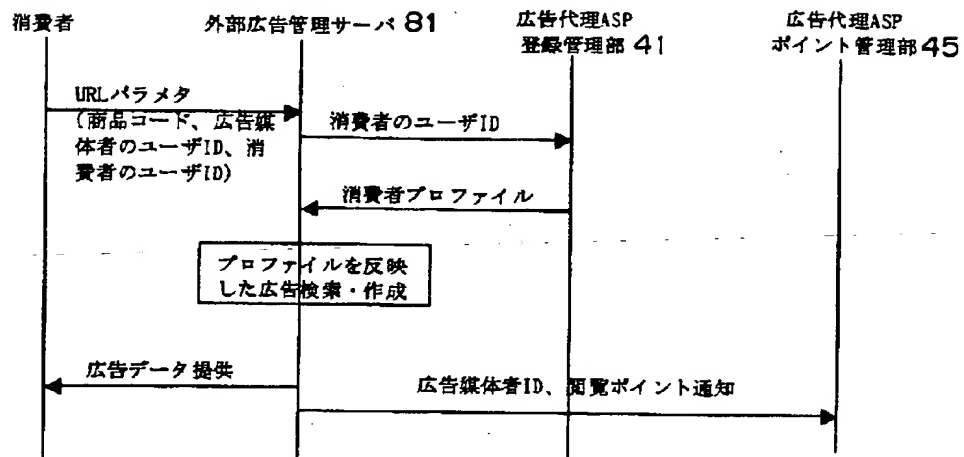
【図 34】

ポイント管理部のポイント付加処理のフローチャート



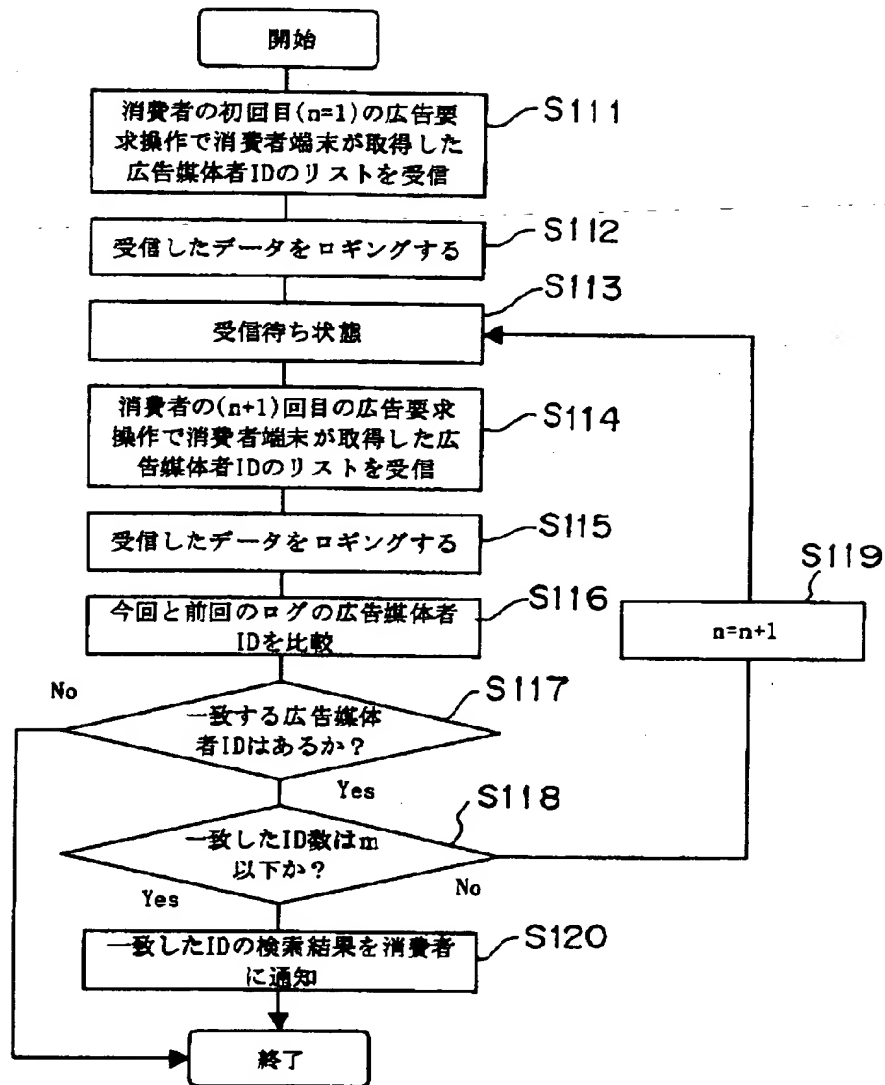
【図 35】

消費者のプロファイルに基づいて広告データを
提供する場合のシーケンスを示す図



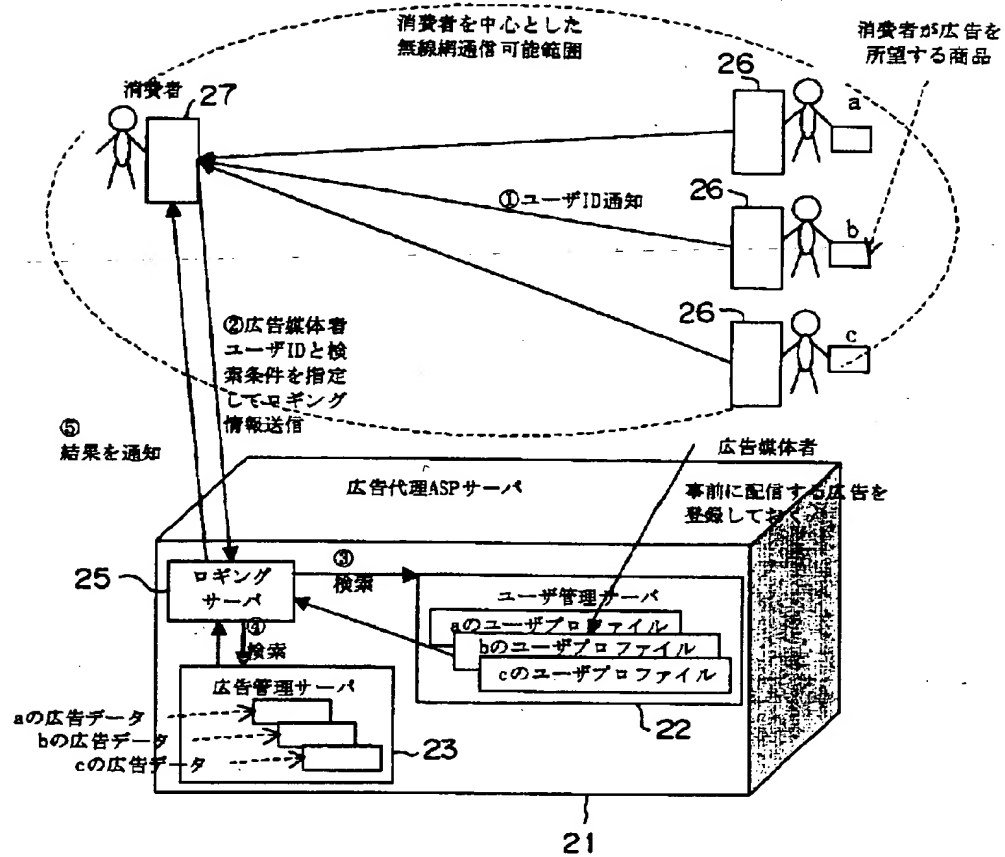
【図 36】

第2の実施の形態の広告媒体者の
絞り込みのフローチャート



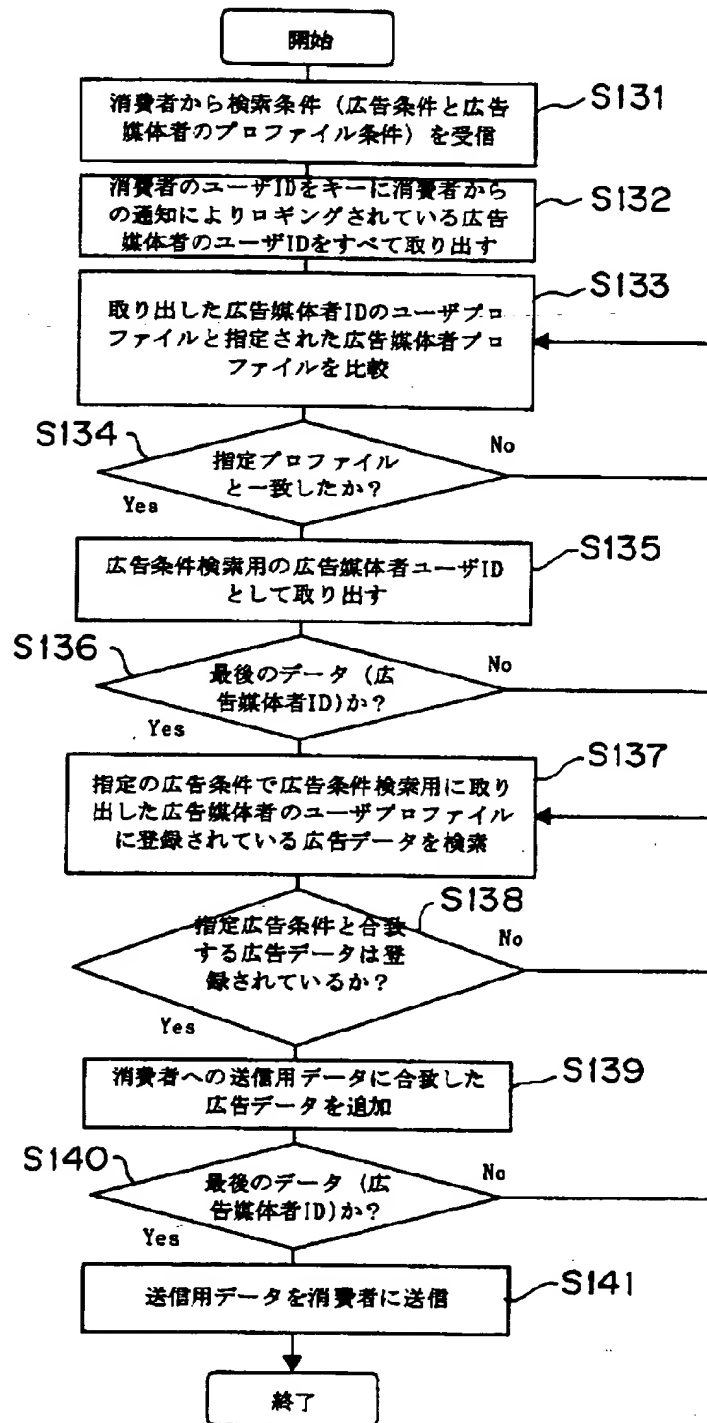
【図 37】

第3の実施の形態の広告閲覧手順の説明図



【図 38】

第3の実施の形態の広告配信処理のフローチャート



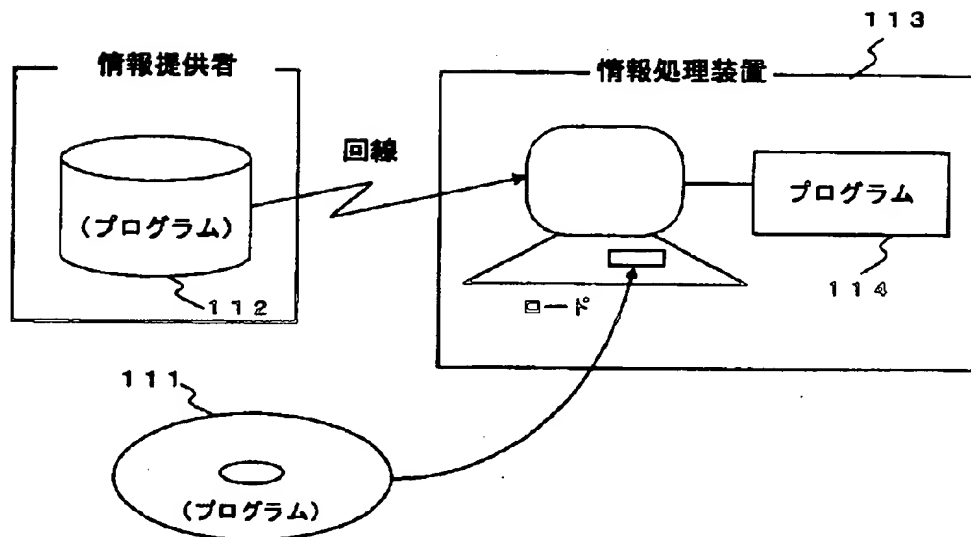
【図 39】

広告媒体者のプロフィールを
含む検索条件を示す図

商品種別：	靴
広告媒体者条件	
性別：	男性
およその年齢：	20代
およその身長：	170cm

【図 40】

記 録 媒 体 の 説 明 図



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 他人が身につけまたは所持している商品の広告情報をその場で入手できるようにすることである。

【解決手段】 広告提供システムの広告媒体者携帯端末装置 2 6 は、Bluetooth等の無線通信機能を有し、広告媒体者が身につけている商品の広告情報を送信する。消費者は自分が興味のある商品を身につけている人をみかけたら、広告情報の送信を消費者携帯端末 2 7 から無線により要求し、広告媒体者携帯端末装置 2 6 からその商品の広告データを手に入る。

【選択図】 図 3

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000005223]

1. 変更年月日 1996年 3月26日

[変更理由] 住所変更

住 所 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号

氏 名 富士通株式会社